دراسات في الإعلام

إعلام الطفل

أوراق بحثية

د. أشرف قادوس



إعلام وثقافة الطفل

أوراق بحثية

إعلام وثقافة الطفل

أوراق بحثية

د. أشرف قادوس

الطبعة الأولى:2016

رقم الإيداع: 1900/2016

الترقيم الدولي: 9789773192624

الغلاف: مروة فتحي

60 شارع القصر العيني - 11451 - القاهرة

ت 2792194 - 27954529 فاكس 27947566

www.alarabipublishing.com.eg

بطاقة فهرسة

قادوس، أشرف

إعلام وثقافة الطفل ... أوراق بحثية / أشرف قادوس؛.– القاهرة: العربي للـنشر والتوزيع، 2016 - ص؛ سم. تدمك: 9789773192624

1– ثقافة الأطفال

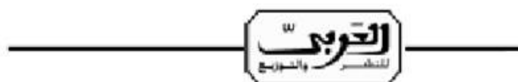
2- الإعلام

أ- العنوان 301,2

إعلام وثقافة الطفل

أوراق بحثية

د. أشرف قادوس





إهداء

أهدي ثمار رحلة علم وعمل ميداني بمجال إعلام وثقافة الطفل استغرقت عشرين عام إلي أولادي محمد وأحمد ومروان وزوجتي هالة حياتي ولكل أم وأب ومن يهمه مستقبل وطننا العربي,,,,

مقدمة

عشرون عاماً مرت قضيتها بدراسات عليا وإعداد بحوث ودراسات وأوراق بحثية حول إعلام وثقافة الطفل، بالتزامن مع عمل ميداني واكتساب خبرات بمؤسسات تشكيل وعي الطفل، عملت خلالها كأخصائي إعلام تربوي بمدارس المرحلة الإعدادية من التعليم الأساسي ومرحلة التعليم الثانوي، وكباحث إعلام وثقافة الطفل بمركز دراسات الطفولة بجامعة عين شمس، وبالمركز القومي لثقافة الطفل، ثم توجت بتدريس مادة أدب ومكتبات الأطفال، ومادة إعلام إذاعي متخصص بالتطبيق على إعلام الطفل، ومن المتعارف عليه دولياً يعرف الطفل بأنه كل من لم يتجاوزه عمره ثمانية عشر عاماً ميلاديًا.

وبين يدك عزيزي القارئ بعض مما قدمته من إسهامات بحثية خلال هذه الفترة قد تجد بين سطوره ما يفيدك في تربية وإعلام طفلك، وقد تتفق أو تختلف معي حول بعض الآراء المتضمنة، إلا أننا نتوحد في السعي لتحقيق هدف واحد هو حسن تربية وتشكيل معارف ووجدان أبنائنا.

لذا سعيت لنشر هذه الأوراق عبر سلسلة "دراسات في الإعلام" لتصبح بين يدي كل أم وكل أب وكل معلم ومن يتعامل مع الطفل ليعي ببعض احتياجات إعلام أطفالنا وإشكاليات الممارسة والتطبيق باعتبار أن إعلام وثقافة الطفل حق له وواجب على الكبير وعلى الدولة الاهتمام به إن أرادت أن تبنى مستقبل أفضل، وأن مسؤولية تشكيل وعي الطفل تقع على مؤسسات إعلام وتعليم وثقافة الطفل في أي مجتمع متحضر. كما أنني أعتبرها قضية لم ينظر فيها بعد برغم أنها حكمت على شعوب بعض دول الوطن العربي في الماضي والحاضر لكن علينا أن نتمسك بالأمل في مستقبل أزهي لأوطاننا.

المؤلف،،،

ashrafkados@yahoo.com

تمكين الطفل العربي

من ممارسة حقوقه الإعلامية

(حق - واجب)

كثيراً ما نهتم بمجتمعاتنا العربية بإعلام المواطن في غفلة منا بأن طفل اليوم يتمتع بحقوق وواجبات المواطنة، وأن بناء المواطن يبدأ منذ الصغر (وجميعنا يعلم بمقولة: التعليم في الصغر كالنقش على الحجر) إلا أننا نقصر صورتنا الذهنية والمعنى الدلالي للتعليم على عملية التعليم المنظم التي تختلف بدورها عن عملية التعلم وكلاهما يستمر باستمرار حياة الإنسان.

وعليه بعضنا يغفل أو يتغافل عن حقوق أطفالنا رجال الغد، بل ونلوم تصرفات بعضهم دون أن نلوم أنفسنا عن التقصير في حقوقهم، ومن هذه الحقوق حق الإعلام وتحصيل وتداول المعلومات وحرية الرأي والتعبير، التي تعد كل منها بمثابة قضايا يئن منها العالم العربي اليوم.

فماذا لو أدرك أجدادنا ما نعانى منه اليوم؛ من تشتت في الصف وتفرق في الوحدة وما نعاصره من اختلاف حاد في الرأي ومظاهر عدم احترام رأى الآخر وعدم احترام حريته فيالتعبير وعدم إدراك حدود الحرية المسئولة وهذا ما ينعكس في الوقت الراهن على أغلب شاشات التلفاز وتبرزه وسائل الإعلام عربية كانت أم غربية، مما يؤثر في صورة العرب بل وصورة المسلمين فى العالم، فأسأنا لأنفسنا وأسأنا لديننا.

فإذا كانت رسالة الإنسان في الأرض وتكليفه من الخالق عز وجل هي إعمار الأرض، فأين نحن منها الآن وسط ما نشهده من فساد وعبث في الأرض؟ وهنا يكمن بيت القصيد فأحد ركائز هذا الإعمار هو حسن تربية الطفل وتثقيفه ومما لا شك فيه أن وسائل الإعلام تشارك كل من الوالدين والمدرسة في تثقيف الطفل، سواء أكان ما تبثه مرغوب في إكسابه للطفل أو غير مرغوب فيه.

لذا يعد تناول موضوع إعلام الطفل من الموضوعات التي لا تفنى؛ حيث أن إعلام الطفل عملية مستمرة لا تنتهى بانتهاء مرحلة الطفولة أو بتجاوزها، لأن طفل اليوم هو أب لطفل الغد. وعليه أرى أن بناء مستقبل أي وطن غير مرهون بحل أي من الأحداث الجارية بقدر ما هو مرهون بمدى وعى وإدراك ما يتعرض له أطفالنا من خلال وسائل الإعلام، الحد الذى دفع البعض خلال الآونة الراهنة بترديد مقولة أننا نحيا فيما يسمى إعلامياً بالحرب الإعلامية، وأطلق أنا عليها مجازاً، الحرب الكلامية.

فأسلوب تربيتنا لطفل اليوم هو من ينشأ منه طاغية أو حليم أو حكيم أو عادل الغد، من خلال ما نغرسه فيه من قيم وما ننشئه عليه من عادات وتقاليد وما نكسبه من أعراف اجتماعية وغيرها من موروثات ثقافية تنتقل من جيل إلى الذى يليه عبر وسائط اتصالية سواء بشكل مباشر عن طريق مؤسسة الأسرة أو المدرسة، أو بشكل غير مباشر من خلال وسائل وقنوات إعلامية.

نكسبه من خلالها أدب الخلاف وتجنب الاختلاف، وندفعه لأن يسلك قنوات التعبير عن ما لديه من آراء، وندربه على ممارسة حرية تشكيل الرأي وابتكار الأفكار، لذا تتعدد مؤسسات التنشئة والهدف واحد، وهو تشكيل مواطن صالح لنفسه ولمجتمعه، يكتسب سلوكيات الدين الإسلامي ليصبح مسالم مع جاره رحيم بالفقراء والمحتاجين ويحترم رأى الآخر ولا يسمح لنفسه بالتعدي على حقوق الغير ولا يؤذى من أحسن إليه ومن لم يعاديه.

يبدو أن هذه الأفكار تذكرنا بحلم أفلاطون بالمدينة الفاضلة، إلا أنه يسهل تحويل هذا الحلم إلى حقيقة، مثلما أدرك السابقون من بعض سكان العالم بعدما أنتهى صراعهم بالحرب العالمية الثانية ضرورة الحياة في سلام وأمن فاجتمعوا ونظموا أنفسهم وشكلوا منظمة الأمم المتحدة ليتحدوا (يتفقوا) على مبادئ للتعايش السلمي خطوها بوثيقة أطلقوا عليها اتفاقية حقوق الإنسان، وأندرج منها اتفاقية أخرى حول حقوق الطفل بعدما أدركوا أن أي إنسان يولد طفلاً، والطفل في اللغة العربية يعرف بأنه أي شيء صغير، ومنذ ذلك الحين وهذه المنظمات الدولية تسعى لنشر ما أجمعوا عليه والعمل به، فأنتجوا ما اصطلح على تسميته بمجتمعات متحضرة، تحترم كرامة الإنسان وتحفظها بكافة السبل والوسائل، وهذا ما كان أحد عوامل نهضة هذه المجتمعات على كافة المستويات اقتصادية كانت أم علمية وغيرها، وتمتعوا برفاهة العيش ورغد الحياة.

وبتنا نحن بالوطن العربي حتى اليوم مازلنا ننمو- بل نحبو- سعياً منا لبلوغ تلك الأحلام، لأننا ضللنا الطريق منذ البداية وغلفنا أنفسنا بلباس التميز الذى أوقعنا في براثن الانغلاق الثقافي والحضاري وحكمنا على أنفسنا بما أطلقوه علينا بسكان دول العالم الثالث أو النامي.

فما لم نستفيق من كبواتنا وتغيبنا عن هذه القيم وأساليب الحياة الإنسانية سنظل نتمتع بالحاكم الظالم وفراعين القرن الحادي والعشرين، لأننا نحن من اخترنا هذا الطريق - والحياة اختيارات من بدائل- وأعلمنا اللـه بكتابه الحكيم بمنهج الحياة إلا أننا لا نقرأه وإذا قرأناه لا نفهمه وإذا فهمناه لا نعمل به وإذا حفظناه لا نردده.

خطوات الحل:

يبدأ حل الإشكالية السابق طرحها من النظر للطفل باعتباره ثروة قومية، وندرك أن أفضل استثمار هو الاستثمار في البشر لا في الحجر، وهذا ما يستوجب علينا نولى اهتمام أكبر بالطفل، ونهتم بنواحي حياته ومنها إعلامه، فما يتعرض له الطفل قد يؤثر فيه سلباً أو إيجاباً بوعى أو بدون وعى منه.

ولما كان الإعداد للمستقبل يتطلب النظر للحاضر، فهذا ما يدعونا لإطلالة عابرة على واقع وسائل إعلام الطفل لتحديد احتياجات وسبل النهوض بها، التي أرى أنه يمكن تحقيقها من خلال النقاط المنهجية التالية:

1- رصد الاحتياجات الإعلامية للطفل:

لا يمكن تصور بدء تطوير إعلام الطفل من عدم، وإذا كان الطفل يعد أحد أفراد الجمهور المستهدف فلابد من التعرف على احتياجاته وحاجاته الإعلامية مع مراعاة آداب وعادات وقيم ومعتقدات المجتمع الذي يحيا به، وهذا يجب أن يتم من خلال إجراء بحث ميداني يستهدف رصد هذه الحاجات، ونتائج هذا البحث ستكشف بدورها على ما يلى من متطلبات تطوير.

2- تحديد تبعية ملكية مؤسسات إعلام الطفل:

مما لا يغيب عن ذهن أحد أنه توجد علاقة بين ملكية وسائل الإعلام (أو نمط الملكية) والسياسات التحريرية لعمل هذه الوسائل، لذا أوصى بأن تتصدى الدولة بمؤسساتها الإعلامية بكفالة إعلام الطفل، بمشاركة العديد من مؤسسات التنشئة مثل وزارة التعليم ووزارة الثقافة والمجتمع المدني ووزارة الشؤون الاجتماعية. بما يضمن حماية الطفل من بث جهات ما لأفكار ومعتقدات غريبة على مجتمعه، ستكلف الدولة مزيد من الأموال لمواجهة أثرها مستقبلاً.

3- وضع مؤشرات لمضمون إعلام الطفل:

لابد من دعوة جميع الخبراء والمتخصصين والمهتمين بإعلام الطفل، أو العاملين بمجال الطفولة. للاتفاق على ملامح متطلبات الخطاب الموجه للطفل خلال مرحلة بدء تنفيذ خطة العمل للنهوض بشأن إعلام الطفل.

من خلال طرح سؤال مفتوح: ماذا نريد أن نقول للطفل؟ وماذا نريد أن نكسبه من مهارات رياضية، اجتماعية، ثقافية، تعليمية، وغيرها؟

ومن خلال حصر جميع الاجابات وتفنيدها سنتمكن من بلورتها في شكل خطط عمل مدروسة ومنظمة تنفذ على مراحل مرحلة تلو الأخرى.

4- تحديد وسائل إعلام الطفل العربي:

تعاني وسائل إعلام الطفل ببعض البلدان العربية من فرص الإتاحة ومحاولات الحجب، إلا أنه توجد بوادر أمل على مستوى إعلام الطفل ببعض البلدان العربية فعلى سبيل المثال لا الحصر وافقت وزارة الإعلام الليبي على إنشاء قناة أطفال تليفزيونية خلال عام 2014، وعقدت وزارة الشؤون الاجتماعية لندوة تعكس نبض اهتمام المجتمع الليبي بواقع الطفل وتحديات المستقبل، وسعى البرنامج الوطني

للطفل الليبي لعقد مائدة حوار مستديرة ببنى غازي حول مخاطر استخدام الطفل الليبي للإنترنت، وغيرها من الجهود الملموسة أو التي لم يتم الإعلان عنها.

وبصفة عامة، هناك بعض السمات التي ينبغي أن تتصف بها وسيلة إعلام الطفل، ومنها:

1- ملائمة للمرحلة العمرية التي يراد إعلامها.

2- تحظي بإمكانات فنية وتقنية تجذب الأطفال للتعرض لها.

3- تصلح لتوصيل الفكرة المراد توصيلها إلي الأطفال وتساعد علي إبرازها.

4- تحتل مرتبة متقدمة في أفضلية التعرض لها من قبل الأطفال متلقي الخدمة الإعلامية.

ويجب أن ندرك أنه يجب علينا إعلام الطفل بما يتاح لدينا من وسائل، آخذين في الاعتبار أن معدلات تعرض الأطفال لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، تتباين وتختلف باختلاف مدي إتاحة الوسيلة للطفل، ومدي تقبله أو تعوده علي التعرض لها، هذا إلي جانب بعض الفروق الفردية بين الأطفال التي تحكم عملية التعرض لوسيلة ما، وبعض هذه الفروق قد تكون مرتبطة بميول واتجاهات الأطفال، كما تختلف أنماط تعرض الأطفال لوسائط تثقيفهم باختلاف البيئة التي ينشأ فيها الطفل ونمط الممارسات التربوية التي تعرض لها منذ الصغر فنشأ واعتاد عليها. إلا أنه في الغالب تعد الوسائط التي تعتمد علي الصورة المرئية والحركة والألوان من أحب الوسائط إلي الأطفال وفقًا لما تمثله الصورة من عامل جذب للأطفال، لذا فغالبًا ما يأتي التليفزيون في مقدمة الوسائط التي يفضل الأطفال التعرض لها، فقد أثبتت بعض الدراسات العلمية أن الأطفال يقضون وقتًا طويلاً أمام شاشات التليفزيون قد يفوق في بعض مراحل الطفولة الوقت الذي يقضونه بين جدران المدرسة.

ويأتي الحاسوب في المرتبة الثانية، وتختلف استخداماته من مرحلة عمرية إلي أخري، إلا أن أهم ما يشد الأطفال في هذا الجهاز هو استخدام شبكة الإنترنت، ومواقع الألعاب الإلكترونية.

أما المواد المكتوبة، فتأتي مجلات الأطفال في مقدمة تفضيلات تعرض الأطفال لها، يليها كتب الأطفال، ثم الصحف، كما يقبل الأطفال خاصة فيما بعد الثانية عشرة علي الفيلم السينمائي، بينما يحتل المسرح مرتبة متأخرة في تفضيلات تعرض الأطفال، ويقصد هنا المسرح بمعناه الحرفي، أما المسرح المدرسي ومسرح العرائس - إذا ما تم استخدامه بما يناسب ميول الأطفال وتوافرت لإنتاجه الإمكانات المادية والتجهيزات التقنية الحديثة - فيتوقع أن يحظى بنسب تعرض عالية من قبل جمهور الأطفال.

5- استخدام التقنيات الحديثة في إعلام الطفل:

- الاستفادة القصوى من مختلف وسائط المعلومات الرقمية:

ممالاشك فيه أن العصر الذي يحيا فيه أطفال اليوم يطلق عليه عصر الثورات التكنولوجية التي انعكست نتائجها علي تطوير وسائل الاتصال الشخصي والجماهيري شكلاً ومضمونًا بما ساعد علي انتقال المعلومات بين الأفراد وتواصلهم بسرعات فائقة، ومهما كانت علاقة العاملين على إعلام الطفل واستخداماتهم لهذه الوسائل التكنولوجية، فهذا لا يبرر عدم إحاطتهم علمًا بمدي علاقة الأطفال بهذه الوسائل وبتنوع استخداماتهم لها، للحد الذي قد يغنيهم عن استخدام وسائل الاتصال الأخرى.

مما يدعو الوالدين لاستغلال وسائل الاتصال الحديثة بهدف تثقيف الطفل، ولاسيما داخل المنزل بما يتيح إمكانية التحكم والسيطرة فيما يتعرض له الطفل من معلومات ومواد منشورة علي الشبكة الدولية للمعلومات، من خلال مراقبة معلنة لما يتعرضون له عن طريق مجاراتهم اللطيفة للأطفال أثناء استخدامهم لما يعرف بالإنترنت.

بهدف توجيه الأطفال للمواقع الإلكترونية التي تحمل معلومات مفيدة، وتدريب الأطفال علي سبل وكيفية التحقق من صدق مصادر المعلومات المنشورة من خلال الإنترنت.

في هذا الصدد، يجب أن يحرص الوالدين علي مشاركة الأطفال بمجموعات تعارف معلنة من خلال أحد المواقع الإلكترونية بما يضمن استمرار تواصلهم الإنساني مع الأطفال واحتواءهم الثقافي دون التدخل المباشر من جانب الوالدين في اختيارات الأطفال، بما يعزز لدي الأطفال إرساء قواعد حرية تداول المعلومات، ويتيح للأطفال ممارسة حقوقهم في الحصول علي المعلومات وتبادلها، ويكفل للأطفال حرية إبداء آرائهم فيما يشغلهم من موضوعات مثارة. وهذا ما يشكل بعض الإجراءات الوقائية التي يجب علي الوالدين اتخاذها لضمان سلامة ثقافة أطفالهم، بما لا ينقص حق الطفل في التواصل العالمي مع قرائنهم ويهيئ لهم فرص أكبر لتبادل الثقافات والذوبان الإنساني العالمي الذي يتجاوز الحدود الجغرافية بين البشر.

- المكتبات المحمولة (الصوتية والمرئية والمقروءة):

عندما ظهر التليفزيون في منتصف القرن الماضي كثر الحديث عن مدي تأثيره علي الإذاعة، لحين ظهرت أجهزة العرض المنزلي المرئية (الفيديو) فدار جدل آخر حول مدي تأثير استخدام الأفراد الفيديو علي للتليفزيون، وفي السنوات الأخيرة يدور جدل عالمي حول مدي تأثير الكتاب الإلكتروني علي انتشار وتوزيع الكتاب الورقي ومدي اعتماد القارئ عليه للحصول علي المعلومات. حيث لوحظ خلال السنوات الأخيرة اعتماد أعداد غفيرة من البشر علي الإنترنت للحصول علي المعلومات بسهولة واقتصاد في الوقت، هذا ما دفع عدد كبير من دور النشر إلي نسخ الكتب التي يقوموا علي إصدارها بصورة إلكترونية وتحميلها علي المواقع الإلكترونية الخاصة بهم، أو الإعلان عنها بشكل مختصر من خلال بعض المواقع الإلكترونية الأكثر استقبالاً للزائرين بالإنترنت.

مما يدعونا كمهتمين بإعلام الطفل للحاق بهذا الركب الثقافي لتحقيق الاستفادة القصوى من مختلف وسائط المعلومات الرقمية وتطويعها لخدمة تثقيف وإعلام الطفل، وبخاصة مع ظهور قنوات تليفزيونية وأخري إذاعية بشكل رقمي تبث عبر الإنترنت وتشهد زيارة عدد كبير من الأطفال للاستمتاع بما تقدمه، فضلاً عن ظهور الصحافة الإلكترونية التي تبث وتتاح للقراءة علي مدار اليوم.

وترشيدًا للاستخدام المفرط في بعض الأحيان من قبل الأطفال علي هذه المواد المرئية والمسموعة والمقروءة، ولضمان مراقبة المعلومات التي يتعرض لها أطفالنا والحفاظ علي ذوقهم العام وقيم المجتمعات التي ينتمون إليها، يجب مشاركة الوالدين في تكوين مكتبات محمولة تحتوي علي اسطوانات مدمجة تتضمن مواد مرئية أو مسموعة أو مقروءة، سواء تم جمع هذه المكتبات المحمولة من خلال إعادة نسخها من الإنترنت (في حالة إتاحة ذلك من قبل من يملك حقوق الملكية الفكرية)، أو من خلال تدفق جمع هذه الاسطوانات من قبل منتجيها عن طريق التبرع وبخاصة إذا ما كانت تابعة لهيئات ومؤسسات تعمل في مجال الطفولة، أو من خلال حيازة الأطفال أنفسهم، أو عن طريق شراء هذه الاسطوانات من مالكيها (إذا ما كانت ذات ملكية خاصة)، بغرض إتاحة الاطلاع عليها وتبادلها بين الأطفال بهدف إعداد أطفال قادرين علي تهذيب استخداماتهم لوسائل الاتصال الحديثة، وترشيدًا للوقت الذي ينفقونه في استخدام الإنترنت،وخفض تعرضهم للألعاب الإلكترونية العنيفة التي يمارسونها من خلال الإنترنت والتي تصبغ ثقافة العنف علي سلوك الأطفال.

- عروض الشاشات السينمائية المجسمة:

تتوافر للسينما إمكانات كبيرة عن غيرها من وسائط تثقيف الطفل، لاحتوائها علي عناصر الصوت والصورة والحركة معًا، والتي تستطيع من خلالهم التأثير في وجدان الطفل وفي إدراكه للأشياء من حوله، فالعروض السينمائية تستطيع أن تنتقل بالأطفال من دنيا الواقع لتطوف بهم في عالم الخيال. لذا فالصورة المتحركة تلقي إعجابًا من الطفل قد يفوق ميله لسماع قصة ما حيث تقتصر حكايتها علي كلمات وحوار فقط، وبخاصة عندما تحتوي القصة علي كلمات ومفاهيم تتطلب قدرًا من التفكير والطاقة الذهنية لفهم معانيها ومدلولاتها.

هذا ما قد يجعل السينما في مرتبة متقدمة بالنسبة للوسائط التي يفضلها جمهور الأطفال، حيث يقبل الأطفال في مختلف مراحلهم العمرية علي مشاهدة الفيلم السينمائي سواء عرض في السينما أو التليفزيون أو من خلال الإنترنت أو شرائط الفيديو.

فقد يجد الطفل في تعرضه لأفلام السينما تفريغًا لطاقاته الكامنة في نفسه يحقق من خلالها تنفيسًا لما يقابله في الواقع، فضلاً علي أنها قد تساعده من التخلص من الملل والرتابة التي قد يجدها فيما حوله فتجعله يتحرر من بعض الأعمال الروتينية التي قد يكلف بها داخل المنزل أو المدرسة. إذ إن الطبيعة الحركية في فن صناعة السينما من العناصر التي تشعر الطفل بالألفة وفقًا لطبيعة الأطفال وسيكولوجيتهم فالحركة هي الحياة، والأطفال هم نبض الحياة، من هنا تأتي أهمية استخدام العروض السينمائية المنتقاة بعناية تربوية بهدف تثقيف الطفل والإفادة منها في إكساب الطفل معلومات وخبرات حياتيه بشكل شيق يجذب انتباهه وقد تبقي الصورة (الخبرة المرئية) عالقة في ذهن الطفل المشاهد ليقوم باستدعائها حينما يواجه موقفًا حياتيًا مشابهًا لما رآه في أحد العروض السينمائية، فتمثل لديه حلاً لما يواجه، حيث تتسم مرحلة الطفولة عادة بالتقليد.

مع الحرص أن يستفيد أخصائي إعلام الطفل من التكنولوجيا الحديثة التي نقلت العروض السينمائية من الشاشات المسطحة ذات البعد المرئي الواحد إلي الشاشات المجسمة التي تعرض عبرتقنية البعد الثالث في ما يعرف بتقنية (3D). حتي تشعر الطفل بأنه يعيش وسط أحداث العرض بل قد تشعره بأنه جزء منه وبالتالي تساعد الطفل علي الاندماج في الأحداث التي تحتويها هذه العروض السينمائية فيتشبع منها وتساعده علي سرعة تذكرها.

كما يجب التدقيق في أفلام الرسوم المتحركة وبخاصة المستورد منها قبل عرضها علي الأطفال، وفقًا للملاحظات التربوية المأخوذة علي هذه الأفلام، ومنها:

خلوها من القيم الإسلامية والعربية، ومن ثم يقتصر العائد المرجو منها علي أطفالنا علي مجرد التسلية الخالية من الفائدة في كثير من الأحيان، وبعضها يحتوي علي أهداف وقيم تربوية معارضة وهادمة للقيم الإسلامية العربية.

عنصر التشويق في أغلبها قائم علي الصراع أو الحرب؛ بدء بالحرب بين القطط والفئران وأنواع الحيوانات الأخربوتمتد إلى الحرب بين المركبات الفضائية أو بين مخلوقات فضائية أسطورية ووهمية تحت شعار يدعي بأفلام الخيال العلمي.

تدفع بعض الرسوم المتحركة الطفل العربي في كل لحظة إلي إعادة النظر في صورة الذات لديه؛ إذ ان البطل سواء اسمه "ميكي" أو غيره يقدم للطفل المشاهد نماذج سلوكية تجسد النموذج المثالي للأنا، في حين أنه غالبًا ما يقوم بأداء تصرفات تحمل قيمًا غير مرغوب في إكسابها لأطفالنا.

6- إنشاء مراكز تدريب على فنون إعلام الطفل:

تستهدف تدريب بعض خريجي أقسام وكليات الإعلام على فنون إعلام الطفل، بما تشمله من أشكال تحريرية متعارف عليها كالخبر والمقال والتقرير والحديث والحوار وغيرها سواء أكانت بوسائل الإعلام المقروءة أو المسموعة أو المسموعة المرئية، بما يناسب المرحلة العمرية التي يمر بها الأطفال (الجمهور المستهدف) مراعياً خصائص نموهم الجسمي والعقلي والمعرفي والوجداني والنفسي والاجتماعي، وخصائص وسيلة الإعلام المستخدمة، وسياسة هذه الوسيلة، وبما يتوافق مع الأهداف العامة لخطة النهوض بإعلام الطفل.

فمثلاً يمكن عقد برنامج تدريبي على المعايير الخاصة بالرسوم في مجلات الأطفال التي يجب مراعاتها، ومنها:

1- أن تكون الصور والرسوم جميلة من وجهة النظر الفنية.

2- أن تناسب مستويات نمو الأطفال العاطفية والعقلية والحسية والإدراكية.

3- أن تستخدم الألوان فيها، مع مراعاة درجات التباين اللونية، وفي حالة إظهار الأضواء والظلال ينبغي مراعاة الدقة التي تفرغها علي اللوحة.

4- أن تعبر الصور والرسوم عن الفكرة الرئيسية والأفكار الثانوية الأخرى بشكل دقيق.

5- أن تكون الرسوم معبرة عن البيئة التي تتحدث عنها المادة المكتوبة زمنيًا ومكانيًا.

6- أن يتم التوازن بين المادة المكتوبة وبين الرسوم.

7- أن تشكل الرسوم والمادة المكتوبة وحدة متكاملة من خلال الترابط الوثيق بينهما.

7- إنشاء وحدات قياس وتقويم أداء إعلام الطفل:

من خلال تشكيل فرق بحثية مدربة على قياس رد فعل الطفل على أوجه تطوير وسائل إعلامه بهدف التقويم المستمر لمسار النهوض بإعلام الطفل، وهذا ما يفرغ مستقبلاً احتياجات الطفل من الوسائل الوطنية المخصصة لإعلامه.

8- إنشاء مراكز توعية إعلامية:

يتطلب النهوض بإعلام الطفل العربي إنشاء مراكز إعلامية(بمثابة نقاط وملتقيات إعلامية) تتبع لوزارات الشؤون الاجتماعية ومؤسسات المجتمع المدني، ينوط بها تنفيذ برامج توعية إعلامية يصممها العاملين بمجال الطفولة تحت إشراف أساتذة الإعلام، تستهدف توعية الطفل العربي وأسرته بمخاطر التعرض لبعض المواد الإعلامية التي تستهدف غزو ثقافته وإقحام سلوكيات غريبة على المجتمع العربي، مما يعكر صفو ونقاء الحياة بهذا المجتمع، إضافة إلى عقد دورات تدريبية وورشات عمل تستهدف تدريب الطفل على كيفية انتقاء المحتوى الإعلامي الجيد بأية وسيلة إعلامية تقليدية كانت أم حديثة، كما يمكن الاستعانة بمشرفي هذه المراكز لإجراء التطبيق الميداني لبحوث الأطفال المتلقين لخطة تطوير العمل الإعلامي الموجه للطفل، فضلاً عن تنفيذ الحملات الإعلامية والإعلانية التي تواجه أفكار مشوهه وقيم يتم غرسها في نفوس الصغار.

9- التأهيل الأكاديمي للعاملين بمجال إعلام الطفل:

على أقسام وكليات الإعلام بالجامعات العربية عقد دورات تدريبة للعاملين بمجال إعلام الطفل، إضافة إلى تعميم تدريس مقرر الإعلام التربوي بأقسام الإعلام بكليات الآداب، وإنشاء أقسام للإعلام التربوي بكليات التربية بالجامعات العربية، تمهيداً لإنشاء أقسام إعلام الطفل بكليات الإعلام مستقبلاً، جميعها تستهدف التأهيل العلمي والأكاديمي للعاملين بمجال إعلام الطفل، بما سينعكس مستقبلاً على جودة إعلام الطفل العربي، والاكتفاء بالخبرات الوطنية بهذا المجال.

الكفالة الدولية ...

لحماية حقوق الطفل الإعلامية

(حقيقة - ادعاء)

النظر لإعلام الطفل من منظور حقوقي يستوجب مراجعة جميع الاتفاقات والمعاهدات الدولية والمواد الدستورية والقوانين التي تكفل للطفل حقوقه الإعلامية، ومنها ما يلي:

أ- كفالة الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل:[1].

- حق الطفل للحصول على المعلومات:

تنص المادة 17 من اتفاقية حقوق الطفل على ما يلى:

تعترف الدول الأطراف بالوظيفة الهامة التي تؤديها وسائط الإعلام وتضمن إمكانية حصول الطفل على المعلومات والمواد من شتى المصادر الوطنية والدولية، وبخاصة تلك التي تستهدف تعزيز رفاهيته الاجتماعية والروحية والمعنوية وصحته الجسدية والعقلية وتحقيقاً لهذه الغاية: تقوم الدول الأطراف بما يلي:

أ- تشجيع وسائط الإعلام على نشر المعلومات والمواد ذات المنفعة الاجتماعية والثقافية للطفل وفقاً لروح المادة 29 (التي تختص أهداف تعليم الطفل).

ب- تشجيع التعاون الدولي في إنتاج وتبادل ونشر هذه المعلومات والمواد من شتى المصادر الثقافية والوطنية والدولية.

ج- تشجيع إنتاج كتب الأطفال ونشرها.

د- تشجيع وسائط الإعلام على إيلاء عناية خاصة للاحتياجات اللغوية للطفل الذي ينتمي إلى مجموعة من مجموعات الأقليات أو إلى السكان الأصليين.

هـ- تشجيع وضع مبادئ توجيهية ملائمة لوقاية الطفل من المعلومات والمواد التي تضر بصالحه مع وضع أحكام المادتين 13 و18 في الاعتبار.

1- الأطفال أولاً، الإعلان العالمي لبقاء الطفل وحمايته ونمائه وخطة العمل، ملخص اليونيسيف، عمان، د.ت، ص ص 6- 14.

بالإضافة لنص بند (د) من المادة (28) التـي تكفـل حـق الطفـل في التعلـيم، وهـو: جعـل المعلومات والمبادئ الإرشادية التربوية والمهنية متوفرة لجميع الأطفال وفي متناولهم.

- حق الطفل في ممارسة حرية الرأي والتعبير:

تنص المادة 13، من ذات الاتفاقية على:

يكون للطفل الحق في حرية التعبير ويشمل هذا الحق حرية طلب جميع أنواع المعلومات والأفكار وتلقيها وإذاعتها، دون أي اعتبار للحـدود، سـواء بـالقول، أو الكتابـة أو الطباعـة. أو الفن، أو وسيلة أخرى يختارها الطفل.

يجوز إخضاع ممارسة هذا الحق لبعض القيود، يشرط أن يـنص القـانون عليهـا وأن تكـون لازمة لتأمين ما يلي:

أ- احترام حقوق الغير أو سمعتهم.

ب- حماية الأمن الوطني أو النظام العام، أو الصحة العامة أو الآداب العامة.

- حق الطفل في تكوين آرائه:

تنص المادة 12، على:

تكفل الدول الأطراف في هذه الاتفاقيـة للطفـل القـادر عـلى تكـوين آرائـه الخاصـة حـق التعبير تلـك الآراء بحريـة فيجميـع المسـائل التـي تمـس الطفـل، وتـولي آراء الطفـل الاعتبـار الواجب وفقاً لسن الطفل ونضجه. ولهذا الغرض، تتاح للطفل، بوجه خـاص، فرصـة الاسـتماع إليه في أي إجراءات قضائية وادارية تمس الطفل، إما مبـاشرة، أو مـن خـلال ممثـل أو هيئـة ملائمة، بطريقة تتفق مع القواعد الاجرائية للقانون الوطني[1].

1- اتفاقية حقوق الطفل

http://www.be -free.info/parents/AR/childprotocolpa.htm

- حق الطفل في حرية الفكر والوجدان والدين:

تنص المادة 14، على الآتي:

- تحترم الدول الأطراف حق الطفل في حرية الفكر والوجدان والدين.

- تحترم الدول الأطراف حقوق وواجبات الوالدين وكذلك، تبعاً للحالة، الأوصياء القانونيين عليه، في توجيه الطفل في ممارسة حقه بطريقة تنسجم مع قدرات الطفل المتطورة.

- لا يجوز أن يخضع الاجهار بالدين أو المعتقدات إلا للقيود التي ينص عليها القانون واللازمة لحماية السلامة العامة أو النظام أو الصحة والآداب العامة أو الحقوق والحريات الأساسية للآخرين.

ب- كفالة الدستور المصري:[1].

تنص المادة رقم (47) من الدستور المصري:

على أن "حرية الرأي مكفولة، ولكل إنسان التعبير عن رأيه ونشره بالقول أو الكتابة أو التصوير أو غير ذلك من وسائل التعبير في حدود القانون، والنقد الذاتي والنقد البناء ضمان لسلامة البناء الوطني"، أما المادة رقم (48) فتكفل حرية الصحافة والطباعة والنشر ووسائل الإعلام.

1- دستور جمهورية مصر العربية، الهيئة العامة لقصور الثقافة، د.ت.

ج- كفالة قانون الطفل:[1].

تنص المادة (3) الفقرة (ج) الواردة بالباب الأول "أحكام عامة":

يكفل هذا القانون، على وجه الخصوص، المبادئ والحقوق الآتية:

- الإجراءات القضائية والإدارية وفقاً للإجراءات التي يحددها القانون.

- حق الطفل القادر على تكوين آرائه الخاصة في الحصول على المعلومات التي تمكنه من تكوين هذه الآراء عنها، والاستماع إليه في جميع المسائل المتعلقة به، بما فيها وتكون لحماية الطفل ومصالحة الفضلى الأولوية في جميع القرارات والإجراءات المتعلقة بالطفولة أيا كانت الجهة التي تصدرها أو تباشرها.

المادة (1): تكفل الدولة حماية الطفولة والأمومة، وترعى الأطفال، وتعمل على تهيئة الظروف المناسبة لتنشئتهم التنشئة الصحيحة من كافة النواحي في إطار من الحرية والكرامة الإنسانية.

كما تكفل الدولة، كحد أدنى، حقوق الطفل الواردة باتفاقية حقوق الطفل وغيرها من المواثيق الدولية ذات الصلة النافذة في مصر.

يتبين مما سبق عرضه من مواد دستورية وقانونية أن للطفل الحق في حرية التعبير، ويشمل هذا الحق حرية طلب جميع أنواع المعلومات والأفكار وتلقيها وإذاعتها، دون أي اعتبار للحدود، سواء بالقول، أو الكتابة أو الطباعة، أو الفن، أو بأية وسيلة أخرى يختارها الطفل، وحرية نشر المعلومات، وحرية إعمال فكره، وتكوين آرائه الخاصة وله حق في الاستماع إليه في جميع المسائل المتعلقة به[2].

1- قانون رقم 12 لسنة 1996 بإصدار قانون الطفل والمعدل بالقانون رقم 126 لسنة 2008، المجلس القومي للطفولة والأمومة، رئاسة مجلس الوزراء، 2008.

2- أشرف قادوس. وسائل إعلام الطفل الليبي (أزمات الواقع وفرص المستقبل)، في: ندوة علمية: الطفل الليبي بين الواقع وتحديات المستقبل (ليبيا: الزاوية، فرع وزارة الشؤون الاجتماعية ومركز إبداعات الطفل والإرشاد الأسري، أبريل، 2014).

وسائل إعلام الطفل التقليدية

(فناء - بقاء)

عرف الإنسان إعلام الطفل منذ القدم من خلال ما انتجه من نقوش علـى الحجـر وخشـب الشجر لينقل من خلالها تراثه الحضاري ومـا اكتسـبه مـن معلومـات شـكلت لبنـات معرفـة الأجيال اللاحقة التي بدورها انتجت تقنيات أدت إلى تطوير وسائل الاتصال وظهـرت وسـائل إعلام تكفل متطلبات إعلام البشر آن ذاك وتطورت بما يلبى حاجـاتهم الإعلاميـة، وبمـا يوافـق مراحلهم العمرية ومن بينها مرحلة الطفولة للحد الذى عرف فيما بعـد إعـلام الطفـل الـذى ولد برحم وسائل إعلام الكبار حتى نضج وشكل أنماط إعلاميـة تعـبر عـن هويتـه مـن خـلال الرسوم وحجم الحروف والألوان المسـتخدمة وأسـلوب السرد وغيرهـا مـن الملامـح التـي مـن خلالها يمكنا التعرف عليه. وعندما كبر هذا الفرع مـن الإعـلام انفـرد بوسـائل وقوالـب فنيـة مستقلة لتستوعب محتواه وتوجه لجمهوره، ومن بين هذه الوسائل ما يلى:

صحف الطفل:

تعد صحف الطفـل وسـيطًا مهـمًا مـن وسـائل إعـلام الطفـل، فهـي تـؤدي مجموعـة مـن الوظائف التي تشترك فيها مع وسائل الإعلام الأخرى مثل الإخبار، والشرح والتفسير والتعلـيم، والتثقيف، والإعلان، والتسلية والترفيه، كما أنهـا تنفـرد بمجموعـة أخـرى مـن الوظـائف مثـل التعريف المسهب بالمجتمع المحلى بالإضافة إلي المساهمة في تشـكيل رأي عـام الأطفـال نحـو إحدى القضايا والموضوعات التي تثار داخل مجتمعاتهم.

ولصحف الطفل دور مهم في تنمية الطفل عقليًا، وعاطفيًـا، واجتماعيًـا، وأدبيًـا؛ لأنهـا أداة توجيه، وإعلان، وإمتاع، وتنمية للذوق الفني، ونقل العادات، وغـرس القـيم، وإمـداد الطفـل بالمعلومات والأفكـار والحقـائق، وتقـديم إجابـات عـن أسـئلة الأطفـال، وتعمـل عـلي إشـباع خيالاتهم، وتنمية ميولهم القرائية، وهي بهذا تعد من أهـم وسـائل إعـلام الطفـل في مرحلـة الطفولة المتوسطة والمتأخرة.

أشكال صحف الطفل:

تأخذ صحف الطفل شكلين رئيسين، هما:

- الصحافة المسموعة أو المذاعة (مذاعة من جانب المرسل ومسموعة من جانب المستقبل)، وتتم شفهيًا عن طريق مباشر، أو آليًا باستخدام تقنيات إذاعة الصوت وتضخيمه، وتتيح للأطفال المشاركين في إنتاجها فرص التدرب علي فنون الإذاعة والإعلام.

- الصحافة المكتوبة أو المقروءة (مكتوبة من جانب المرسل ومقروءة من جانب المستقبل) وتتخذ أشكالاً عدة منها: النشرات والكتيبات والأدلة ولوحات الإعلان والصحف والمجلات، وتنقسم المجلات إلي:

- مجلات مطبوعة بالآلة الكاتبة أو باستخدام أجهزة الحاسوب.

- مجلات مكتوبة بخط اليد وتنقسم بدورها إلي:

- مجلات حائطية.

- مجلات غير حائطية؛ مثل الألبومات المصورة، والصحف الطائرة، ومجلات الربع ساعة، المجلات المصورة.

ويمكن تصنيف صحف الطفل وفقًا للمرحلة العمرية التي تتوجه إليها-كما هو متعارف عليه بعلم نفس النمو- إلي:

- صحف أطفال ما قبل المدرسة (تعرف بمرحلة ما قبل عمر القراءة).

- صحف أطفال من عمر 6: 12 سنة (يتسم أطفال هذه المرحلة بالواقعية والخيال المحدود).

- صحف أطفال من عمر 12: 18 سنة (يطلق عليها مرحلة المثالية والرومانسية).

ويتيح إنتاج صحف الطفل تدريب الأطفال المشاركين بإنتاجها علي فنون تحرير وإخراج الصحف والتي تتشابه مع مثيلتها المستخدمة في صحف الكبار، إلا أن عمودها الفقري هو القصة، وخاصة القصة المصورة ذات اللقطات المتتابعة، مع بساطة تناول

القوالب الصحفية الأخرى من تحقيق ومقال وحديث وخبر بما يتناسب مع المرحلة العمرية لجمهور الأطفال، كما يجب أن تحرص علي تنوع مادتها الصحفية بما يلبي حاجات الأطفال القراء لها باعتبارهم يمثلون الجمهور المستهدف.

مجلات الأطفال:

تختلف مجلة الطفل عن كتاب الطفل في أشياء عدة، أهمها:

- دورية الصدور: فالمجلة تصدر بصفة دورية، قد تكون أسبوعية أو شهرية، أو نصف شهرية، أو فصلية، أو سنوية.

- طبيعة المطبوع: فالمجلة تضم أكثر من لون أدبي، ويضم الكتاب لون أدبي محدد.

كما يختلف إخراج مجلة الطفل كثيرًا عن مجلة الكبار، حيث يتم التركيز في إخراجها علي عناصر عدة منها الأسس الفنية والفسيولوجية والفنية للإخراج الصحفي بما في ذلك مستوي انتباه الأطفال والألوان المفضلة لديهم وميولهم المختلفة.

كتب الأطفال:

يعد الكتاب أحد وسائط الاتصال بالطفل ووسيط أساسي قد يتفرع منه أكثر من وسيط آخر لتثقيف الطفل، فالمسرحية قد تكتب في كتاب أولاً، والقصة كذلك، وفكرة الفيلم وغيرها.

هناك عدد من التعريفات للكتاب ضمنتها هيئة اليونسكو عام 1964 في تعريف واحد جامع، " الكتاب: مطبوعة غير دورية تتكون علي الأقل من 49 صفحة يضمها غلاف".

أما النشرة، فمطبوعة غير دورية أيضًا لا تقل عدد صفحاتها عن 5 صفحات ولا تزيد عن 48 صفحة يضمها غلاف.

ويشترط في المطبوع الذي يطلق عليه كتاب أن يكون:

- غير دوري: بمعني أنه ليس له دورية صدور كالصحيفة مثلاً، وينتهي الموضوع الذي يتناوله الكتاب في مجلد واحد، عدا بعض الموضوعات المترابطة التي تصدر في أكثر من كتاب، ويطلق عليها "سلسلة".

- محددًا بعدد صفحات: لا تقل عن 49 صفحة، وإذا صدر المطبوع في عدد صفحات أقل من الممكن أن يطلق عليه "كتيب".

ينطبق هذا التعريف علي كتاب الطفل، إلا أنه يمكن التجاوز عن عدد الصفحات، فمن الممكن أن تكون أقل، بحسب طبيعة الموضوع الذي يتناوله، والمرحلة العمرية الموجه إليها.
أنواع كتب الأطفال:

تتعدد تصنيفات كتب الأطفال وفقًا للعناصر التالية:

- من حيث المضمون الغالب؛ فتنقسم إلي:

كتب علمية، قصصية، اجتماعية، دينية، شعرية، رحلات، دوائر المعارف، المعاجم المصورة.

- من حيث الشكل والإخراج الفني للكتاب؛ تنقسم إلي:

الكتب المصورة، المعلومات، المسرحيات، الشعر، القصص.

- من حيث مراحل نمو الطفل؛ تنقسم إلي:

كتب لمرحلة الطفولة المبكرة، الطفولة المتوسطة، الطفولة المتأخرة.

- من حيث الغة الأصلية التي كتبت بها:

فتنقسم على سبيل المثال إلي: كتب عربية، كتب مترجمة للغة العربية.

معايير اختيار شكل ومضمون كتب الأطفال:

1- بالنسبة للشكل:

أ- حجم الكتاب:

هناك الكثير من المقاسات الخاصة بالكتب، تتوقف علي طبيعة الموضوع الذي يتناوله وطريقة معالجته، ونوع الورق المستخدم، والميزانية المخصصة لطباعته في ضوء السعر المبدئي لبيعه، كما يتوقف اختيار حجم الكتاب علي المرحلة العمرية التي يخاطبها، ويمكن القول بأن هناك تناسبًا عكسيًا بين عمر الطفل وحجم الكتاب. فكلما صغر عمر الطفل، يكون مقاس الكتاب كبيرًا ليسمح بعرض الصور والرسوم وباستخدام بنط كتابة أكبر.

وبصفة عامة، يفضل اختيار الكتاب ذي الحجم المتوسط، وورق طباعة جيد، ونوع من الخط مناسب وسهل القراءة.

ب- الرسوم والألوان:

تعد الرسوم والألوان من المعايير المهمة التي يجب مراعاتها عند اختيار كتب الأطفال، وخاصة في المراحل العمرية الأولي للطفل، فهناك من الكتب التي تعتمد أساسًا علي الصور والرسوم، حيث تمثل الرسوم عامل جذب مهمًا للأطفال إذا ما أحسن استخدامها سواء داخل صفحات الكتاب أم علي الغلاف.

ويتعلق بالرسم معيار مهم أيضًا وهو حسن اختيار الألوان الخاصة بتلك الرسوم، والأطفال يحبون الألوان الزاهية الصريحة.

ويجب أن يكون الرسم المقدم للطفل بسيطًا، واضحًا، خاليًا من التعقيد والتفاصيل المربكة، وذلك حتي يتناسب الرسم مع خبرات الطفل، ومعلوماته وقدراته. لأن فهم الرسوم يرتبط بعمر الطفل وخبرته شأنه شأن اللغة اللفظية، وتعتمد علي نمو حاسة البصر، كما تعتمد علي نمو قدرات الطفل العقلية بصفة عامة.

ومن الضروري مراجعة وضع الرسوم في أماكنها المناسبة علي صفحات الكتاب، وأن تكون متفقة في تفاصيلها إلي حد ما مع النص المكتوب، ولا يعني هذا أننا ندعو إلي الاتفاق الكامل؛ لأن الرسوم في كتب الأطفال ليست وسائل إيضاح بقدر ما هي لمسات فنية أخري تضفي علي النص الأدبي قوة تعبير وجاذبية.

ج- اللغة:

يجب مراجعة لغة النص بحيث تكون واضحة وسهلة، وأن تضيف إلي حصيلة الطفل اللغوية إما مفردات جديدة، وإما فهمًا جديدًا لمفردات قد تكون غامضة لديه، بالإضافة إلي قربها ذهنيًا إلي ما عنده من مفردات لغوية. كما يجب أن تراعي في الكتابة العناوين الرئيسية والعناوين الفرعية، وعلامات الوقف الصحيحة، مثل النقطة والفاصلة والنقطتين وعلامات الاستفهام والتعجب وغيرها.

2- بالنسبة للمضمون:

فيختلف المضمون تبعًا لنوع الكتابة، فهناك المضمون العلمي، والديني، والتاريخي، وغيرها، وأيًا كان نوع المضمون فيجب أن يكون مناسبًا للطفل وخاصة من ناحية نموه العقلي، وأن يكون صادقًا ويحمل قيمًا مناسبة للطفل، وأن يبتعد عن الاستخفاف ببعض الجماعات، بعيدًا عن تأصيل نزعة العنصرية، متفقًا مع خصائص البيئة العربية التي يعيش فيها الطفل ومعاييرها الثقافية والدينية والاجتماعية.

كما يمكن إجمال المواصفات عامة للكتاب الجيد علي النحو التالي:

1- أن يكون تصميم الكتاب بطريقة تتناسب مع مضمونه.

2- تناسق الصفحات من حيث الهوامش والعناوين والمقاطع والأسماء.

3- تنوع طريقة الإخراج من حيث النص والرسوم.

4- الحرص علي وجود فراغات كافية بين السطور تضفي جوًا من الراحة والدفء وتفصل بين الأفكار غير المترابطة، وتعطي للقارئ الصغير فرصة لالتقاط أنفاسه بين قسم وآخر.

5- تجليد متين وغلاف سميك وعليه صورة توحي بمضمون الكتاب وجوه العام.

مواصفات كتب الأطفال وفقًا لمراحلهم العمرية:

1- مرحلة ما قبل المدرسة 3- 5 سنوات:

يفضل استخدام الكتب كبيرة الحجم التي يتراوح عرضها بين 22 سم ونصف، طول 21 سم أو 28 سم، الرسوم بسيطة مطابقة للنص، والحروف واضحة ومكتوبة ببنط كبير.

2- المرحلة من 6- 9 سنوات:

حجم الكتاب غير مهم لهذه المرحلة، مع العلم بأن أطفال هذه المرحلة يصدرون أحيانًا أحكامًا خاطئة علي الكتب كبيرة الحجم إذ يتصورونها موجهةً للأطفال الأصغر سنًا منهم، الحروف الواضحة والسهلة للقراءة، إذ يرغب أطفال هذه المرحلة في ممارسة القراءة الفردية.

3- المرحلة من 10- 12 سنة:

ينبغي في كتب الأطفال الموجهة لأطفال هذه المرحلة الآتي:

- عدم الإكثار من الكلمات في الصفحة الواحدة، وفصول الكتاب تكون قصيرة لتجنب ملل القارئ.

- تنوع النص والرسوم.

- الرسوم الحية محببة، ووجود اللون غير ضروري.

- إذا كان الكتاب موجهًا للصبيان لا تستحسن رسم بنت علي الغلاف أو ذكرها في العنوان، وكذلك إذا كان مخصصًا للبنات.

- الحجم المرجح للاستعمال هو 14 × 21 سم.

برامج الأطفال الإذاعية:

خصصت بعض الإذاعات العربية المسموعة منذ نشأتها برامج للأطفال وبخاصة لأطفال ما قبل المدرسة أو ما قبل عمر القراءة، واعتمدت على تقديم الحكايات الشعبية والقصص الإذاعية للأطفال إلا أن علاقة الطفل بهذه البرامج تأثرت بظهور الإذاعة المرئية (التليفزيون) لما يمتلكه الأخير من خصائص تميزه عن الإذاعة المسموعة التي تعتمد على الصوت فقط، إلا أنه لا يمكن الاستغناء عن إعلام الطفل من خلالها إضافة لاستغلال عناصر الصورة والألوان والحركة بالإذاعة المرئية لمخاطبة الطفل وإعلامه.

وبعدما عرضنا لوسائل إعلام الطفل التقليدية بات السؤال الملح: هل هذه الوسائل ستفني أمام ما تواجهه من ثورة اتصال واستحداث وسائل حديثة أم ستصمد أمامها؟

فإن كانت هذه الوسائل تتهم اليوم بضعف تأثيرها على الطفل في مقابل الوسائل التكنولوجية الأخرى الحديثة إلا أن إعلام الطفل له ضمانات دولية تكفل تنشيطه بأية دولة موقعة على الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل وهذا ما يدعو إلى النظر لإعلام الطفل باعتباره حق لهذا الطفل وليس من أحد أوجه الترفيه عنه أو أحد سبل القضاء على وقت فراغه.

العلاقة بين إعلام وأدب الطفل

(تنافس - تكامل)

إن أية رؤية تبدأ من نقطة ارتكاز مما يدعونا أولاً للتوقف بغية النظر إلى ماهية علاقة الإعلام بأدب الطفل، ونحاول تفسير ما نراه من خلال طرح السؤال التالي:

هل هذه العلاقة تنافسية؛ بحيث نجد أن كل منهما ينافس الآخر للاستحواذ على ذهن الطفل ووقته؟ أم علاقة متوازنة متوازية هدفها إمتاع الطفل وتسليته، وفى نفس الوقت تكاملية؛ تعنى أن كل منهما يكمل دور الآخر؟

قد تبدو هذه التساؤلات سطحية، في حين أنها قد تغيب عن أذهان بعض القائمين على إعلام الطفل كما هو الحال للقائمين على أدب الطفل، وهذا ما يتضح من خلال نظر كل منهما للآخر.

ففي بعض الأحيان، نجد القائمين على أدب الطفل يوجهون اتهاماً للقائمين على إعلام الطفل بأنهم يفسدون ذوقه وتنشئته من خلال ما يقدمونه له. وعلى الجانب الآخر، نجد بعض القائمين على إعلام الطفل يدعون بأنهم لا يجدوا في أدب الطفل محتوى جيد لكى يقوموا بتقديمه.

ومثل هذه المنازعات - أقصد المنافسات - قد تتلاشى عندما يتضح لكل منهما أن العلاقة بينهما تكاملية فكل منهما يحتاج للآخر، فالقائمين على أدب الطفل يحتاجون إلى إعلام عن انتاجهم لكى يصل إلى أكبر عدد من المتلقين، والقائمين على إعلام الطفل يجدون في أدبه مادة إعلامية جيدة يشغلون بها المساحة التي يتوجهون من خلالها للطفل.

أيضاً لابد أننسأل أنفسنا عن المحاور التي يدور حولها هدف تلك العلاقة التكاملية، هل هو إمتاع الطفل وتسليته، إثراء لغة الطفل وتهذيبها، أم تنشئة الطفل؟

فينبغي أن يشمل الهدف تلك المحاور بما يعده هدفاً قومياً في حالة رغبتنا أن ننشئ أطفالنا تنشئة قويمة، حينها لابد من الاستعانة بوسائل عدة نصل من خلالها للطفل ومنها الوسائط الأدبية ووسائل الإعلام الموجه للطفل.

وإذا وصلنا إلى التصور القائل بأن كل من الأدب والمواد الإعلامية وسائل مساعدة في تنشئة الطفل وتربيته، فهل هناك وسيلة أنسب لمخاطبة الطفل؟

الإجابة ستتوقف على خصائص المرحلة العمرية التي نتوجه إليها وهو ما يمثل جمهور الوسيلة ونوعية المحتوى وطبيعة ذلك المحتوى الذى نرغب في بثه للأطفال وهو ما يمثل مضمون الوسيلة بالإضافة إلى غير ذلك من العوامل الأخرى.

إذا كنا حقاً نستهدف تنشئة الطفل وتثقيفه فلا يوجد مجال إذاً نتنافس به للاستحواذ على وقت الطفل وذهنه، بل سنسعى جميعاً لاختيار الوسيلة الأنسب لمضمون نرغب في تعرض أطفالنا له.

هذا ما يتطلب وعى القائمين على إعلام الطفل بأهمية استغلال أو استثمار الأدب الموجه للطفل بغية توصيله ونشره على أكبر عدد من الأطفال من خلال جميع وسائل الإعلام المتاحة بما يثرى الطفل بعدد لا حصر له من المفردات اللغوية الرصينة، والصور الرمزية التي تعمل على توسيع مدارك الطفل وخياله، والمحتوى الذى يستهدف تبسيط العلوم للطفل وتطلعه لثقافات مختلفة عن ثقافته بما يدعوه للانفتاح ليرى الآخر.

والمضمون الذى ينقل لهتجارب الآخرين ويقدم نماذج للكثير من الشخصيات الناجحة في مختلف مجالات الحياة بما يساعد على تشكيل شخصية الطفل مستقبلاً.

وقد يرى الكثير من القائمين على إعلام الطفل أن الطفل المصري لم يعد في حاجة للتعرض لوسائل الإعلام المحلية ولم تعد كافية لتلبية رغباته وتطلعاته في ضوء حجم تعرضه لمشاهدة مواد القنوات الفضائية التي أصبح من السهل تعرضه إليها، وكذلك في ضوء الوقت الذى يقضيه الطفل أمام جهاز الكمبيوتر للاستمتاع بالألعاب الالكترونية الشيقة له أو لمشاركة الآخرين عبر الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) والاتصال بالعالم من حوله. في حين نرى أن وسائل الإعلام المحلية لا تزال قادرة على الاحتفاظ بحجم جمهورها من الأطفال، إذا ما قدمت محتوى يشبع حاجات الطفل من التعرض لوسائل الإعلام.

وهذا ما يمكننا التوصل إليه من خلال بحث علمي يستهدف التعرف على الحاجات الإعلامية للطفل المصري.

وإذا ما تذكر القائمين على إعلام الطفل المصري التراث الثقافي الذى تتميز به مصر، والعمل على نقله وبثه في نفوس أطفالنا لنحافظ من خلاله على القيم التربوية التي تنبع من مجتمعنا وثقافتنا ونريد تأصيلها لدى الأطفال، وإنتاج برامج أطفال تليفزيونية يتوافر لها ميزانية انتاج تكفى لإعداد عمل جيد وتنمية مهارات عمل القائمين على تلك البرامج بما يشجع الأطفال على مشاهدتها، ففي حالة أن يكون لدينا منتج إعلامي جيد سوف يدعو المستهلكين للإقبال عليه.

وأخيراً نصل إلى حقيقة من لا ماض له لا حاضر له، ومن لا حاضر له لا مستقبل له، هذا ما يدعونا لإعادة النظر إلى حاضرنا ومحاولة رصد بعض سلبيات العلاقة بين الإعلام وأدب الطفل؛ ومن أجل استشراف مستقبل أفضل لأطفالنا، ومن خلال تطوير أدب الطفل وحسن تسويقه إعلامياً[1].

1- أشرف قادوس. رؤية تربوية للإعلام بأدب الطفل (تحديات الحاضر واستشراف المستقبل)، في: الحلقة العلمية الرابعة لمعمل توثيق وبحوث أدب الأطفال" أدب الأطفال ... استشراف المستقبل" (جامعة حلوان: المكتبة المركزية، فبراير 2008).

الإعلام التربوي للطفل بالمدارس

(تحديات - فرص)

لما كان الإعداد للمستقبل يتطلب النظر للحاضر، فيدعونا لإطلالة تحليلية على واقع ممارسة الطفل المصري لأنشطة الإعلام التربوي المدرسي وفنونه بهدف توقع الإيجابيات المتحققة لدى الطفل من خلال ممارسته لهذا النشاط، ورصد أهم المعوقات التي تواجه ممارسته له بغرض العمل مستقبلاً على تذليلها حتى يتاح للطفل المصري فرص مباشرة حقوقه في ممارسة نشاط الإعلام التربوي بالمدرسة التي يلتحق بها في يسر دون تحمله لأعباء ومشكلات هذه الممارسة وفقاً لكفالة الدولة لحماية الطفل ورعايته، خاصة في ظل تطبيق نظام التقويم الشامل الذى تسعى وزارة التربية والتعليم إلى تعميمه على الأطفال في المدارس بمصر.

لذا سيتم الكشف عن بعض إشكاليات العمل الفنية التي تواجه ممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي المدرسي بشكل مباشر أو غير مباشر وتؤثر بالتالي على ما ينبغي أن يكتسبه من مهارات عن طريق ممارسته لهذا النشاط، بل تقاوم تحقيق الأهداف العامة والخاصة المستهدف تحقيقها لديه من خلال ممارسته لهذا النشاط..

واعتمد المؤلف في هذا الطرح على واقع خبرته العملية السابقة كأخصائي إعلام تربوي، وما واجهة من مشكلات تبدو في ظاهرها نظرية، بينما هي في حد ذاتها تشكل معوقات تطبيقية تؤثر على ممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي المدرسي.

وحدد المؤلف متطلبات النهوض بممارسة الطفل المصري لفنون الإعلام التربوي المدرسي، فيما يلى:

أولاً- تمكين الطفل المصري من مباشرة حقوقه في نشاط الإعلام التربوي المدرسي.

ثانياً- توحيد مفهوم الإعلام التربوي المدرسي لدى القائمين على النشاط.

ثالثاً- الاتفاق على السمات الواجب توافرها في أنشطة الإعلام التربوي المدرسي.

رابعاً- مراجعة الأهداف المراد تحقيقها لدى الطفل الممارس لفنون الإعلام التربوي المدرسي.

خامساً- رصد العوامل التي تعوق ممارسة الطفل لفنون الإعلام التربوي المدرسي.

أولاً: تمكين الطفل المصري من مباشرة حقوقه في نشاط الإعلام التربوي المدرسي:

تتبع إدارة الصحافة المدرسية والإعلام التربوي الإدارة العامة للأنشطة الثقافية والفنية التابعة للإدارة المركزية للخدمات التربوية بوزارة التربية والتعليم، وبالتالي يعتقد بعض القائمين على تربية الطفل وتعليمه أن ممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي داخل المدرسة تعد بمثابة خدمة تربوية له في حين أنها تخدم العملية التعليمية أيضاً؛ إذا ما تم توجيهها بالشكل الأمثل لتحقيق هذا الغرض، ومن خلال النظر لممارسة الطفل المصري لنشاط الإعلام التربوي المدرسي من منظور حقوقي نجد انها ممارسة لحق يكفله له الدستور المصري وقانون الطفل والاتفاقية الدولية لحقوق الطفل.

لذا يعد نشاط الإعلام التربوي بالمدارس ترجمة عملية يباشر الطفل من خلال ممارستها حقوقه الإعلامية، وبالتالي فهو ليس خدمة للطفل بقدر ما يوفره من مجال تربوي خصب يتيح للطفل فرص للتعبير عن آرائه ويتدرب من خلاله على سبل ممارسة بعض حقوقه، سواء يقوم بدور المرسل أو المتلقي للرسالة الإعلامية.

ثانياً: توحيد مفهوم الإعلام التربوي المدرسي لدى القائمين على النشاط:

قدم العديد من الباحثين غير الممارسين لمهنة الإعلام التربوي المدرسي تعريفات عدة لمفهوم الإعلام التربوي المدرسي وفقاً لرؤيتهم النظرية وتنوعت هذه التعريفات بتنوع مشاربهم العلمية وتخصصاتهم البحثية، وقام بعض من أعضاء هيئة التدريس بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بنقل هذه المفاهيم المختلطة لطلابهم، من جانب آخر لم يتم الاتفاق بين الجماعة العلمية للإعلام التربوي حول هذا المفهوم ليصبح مصطلحاً عليه، وقد يرجع ذلك لقلة عدد المنشغلين والمهتمين بنمو هذا العلم حديث الميلاد نسبياً من خريجي أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية

النوعية الدارسين له، الأمر الذى أدى لاختلاف مفهوم الإعلام التربوي لدى القائمين على ممارسة الطفل لأنشطة الإعلام التربوي بالمدارس كلً وفق مفهومه وما حصله من دراسته الجامعية.

وساهم هذا الاختلاف في ترسيخ الصورة الذهنية النمطية لاقتصار مفهوم الإعلام التربوي المدرسي على نشاط الصحافة المدرسية، وخاصة صحيفة الحائط والبرنامج اليومي للإذاعة المدرسية لدى القائمين على توجيه العمل الفني.

لذا يعد توحيد المقصود بمفهوم الإعلام التربوي المدرسي بوضوح تام لدى القائمين على هذا النشاط. من أهم متطلبات النهوض به، وفي حدود علمي وخبرتي الميدانية أقدمت على طرح مفهوماً إجرائياً للإعلام التربوي، بأنه يعني: "كافة أوجه النشاط الإعلامي التربوي المنظم الذى يمارسه الأطفال داخل مدارسهم ويتم تحت إشراف أخصائي إعلام تربوي بتوجيه من موجه إعلام تربوي حاصل على بكالوريوس إعلام تربوي؛ وينطوي هذا النشاط على عملية نقل معلومات يقوم بعض الطلبة المشاركين في النشاط على تقديمها إلى باقي زملائهم في المدرسة، بغية تزويدهم بمعلومات تحظى باهتمامهم وتلبى احتياجاتهم الإعلامية، مما قد يؤثر في تشكيل وعيهم الثقافي، سواء تم تقديم هذه المعلومات من خلال برنامج الإذاعة المدرسية أو المناظرات أو البرلمان المدرسي أومن خلال اصدارات الصحافة المدرسية سواء تمثلت في شكل صحيفة حائط أو مجلة طائرة، أو ربع ساعة، أو مطبوعة، أو مصورة، أو كاريكاتير أو صحف مطوية، أو نشرة صحفية، أوفي أحد الأشكال الصحفية الحديثة الأخرى كالمجلة الإلكترونية ويتنوع فيه أساليب الإخراج الفني لهذه الأشكال الصحفية، كما يتنوع إنتاج هذا النشاط بتنوع فنون العمل الصحفي والقوالب الإذاعية كالمقال والتحقيق والحديث، وتحتوى كافة المواد الإعلامية على مضمون ذا أهداف تربوية تبث للمتلقي سواء تم صياغتها بأسلوب مباشر أو غير مباشر".

ثالثاً: الاتفاق على السمات الواجب توافرها في أنشطة الإعلام التربوي المدرسي:

أدى الاختلاف حول مفهوم الإعلام التربوي المدرسي لاختلاف السمات الواجب توافرها في الأنشطة الإعلامية بالمدراس لدى القائمين عليها، وفى ضوء عرض المفهوم السابق للإعلام التربوي المدرسي نجد أنه يشمل كافة أوجه النشاط الإعلامي الذى يتوافر فيه السمات التالية:

1- نشاط تربوي؛ بمعنى أن يتم عقده وإقامته من أجل التربية سواء للأطفال المشاركين والممارسين للنشاط أو لزملائهم متلقين المنتج الإعلامي، لذا يجب أن تحتوى كافة المواد الإعلامية التي تبث من خلال وسائل الإعلام المدرسي على مضمون ذو أهداف تربوية تبث للمتلقي، سواء تم صياغتها أو تقديمها بأسلوب مباشر أو بأسلوب غير مباشر.

2- يمارس داخل المدرسة، فيما عدا زيارة بعض المؤسسات الإعلامية لاكتساب الخبرة من أهلها بشكل مباشر والتعرف على متطلبات ممارسة العمل الإعلامي العام خارج المدرسة أو لتنفيذ مهمة إعلامية ما، كالإعداد لمادة تحقيق صحفي أو إذاعي أو تصوير صحفي، وفى جميع الحالات السابقة يتطلب موافقة ولى أمر الطفل المشارك في العمل على أداء طفله للمهمة الإعلامية.

3- يقوم بممارسته تلاميذ المدرسة، أي الأطفال أنفسهم؛ ممن لديهم ميول إعلامية صحفية كانت أم إذاعية، وقد تعد رغبة بعضهم في الاشتغال بمجال العمل الإعلامي في مستقبل حياتهم أحد دوافع ممارسة هذا النشاط، ويتضمن النشاط ممارسة مهام العمل الإعلامي من جمع وتحرير وإخراج المواد الإعلامية صحفية كانت أم إذاعية، وتلبية الاحتياجات الصحفية كالرسوم التوضيحية أو الكاريكاتورية أو تصوير مادة إعلامية ما، وإعداد برامج إذاعية، وجمع وتحرير مواد المناظرات والبرلمان المدرسي وغيرها من متطلبات العمل الإعلامي المدرسي.

4- يتولى الإشراف على ممارسة الأطفال لنشاط الإعلام المدرسي وتنظيمه أخصائي إعلام تربوي من خريجي أحد أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بجمهورية مصر العربية، على أن يتجنب الأخصائي إملاء المواد الإعلامية على الأطفال المشاركين في النشاط، أو يقوم بنفسه بإنتاج عمل إعلامي بأسماء الأطفال، حيث يقتصر دوره على تدريب الأطفال الراغبين في ممارسة النشاط على فنون ممارسة العمل الإعلامي داخل المدرسة، وتوجيههم لاتباع قواعده، والإشراف على مراحل انتاجهم الإعلامي، وتنظيم عمل جماعة الإعلام بالمدرسة، وزياراتهم للمؤسسات الإعلامية سواء أكانت لإحدى الصحف أو القنوات الإذاعية أو التليفزيونية، كما يعمل على تذليل كافة العقبات التي تواجه ممارسة الأطفال للنشاط وتلبية احتياجات ممارستهم له.

5- يقوم على توجيه العمل الفني لأخصائي الإعلام التربوي موجه حاصل على درجة بكالوريوس الإعلام التربوي من أحدى كليات التربية النوعية، وفى حالة قلة عدد الموجهين يتم ندب أخصائي أول إعلام تربوي، يشهد له بالتميز في عمله للتوجيه الفني، والإشراف على بعض الأخصائيين العاملين في المدارس التابعة لإدارته التعليمية.

6- ينطوي نشاط الإعلام المدرسي على عملية نقل معلومات يقوم عليها بعض الطلبة المشاركين في النشاط إلى باقي زملائهم في المدرسة (أي من طفل لطفل)، بغية تزويدهم بمعلومات تحظى باهتمامهم وتلبى احتياجاتهم الإعلامية، مما قد يؤثر في تشكيل وعيهم الثقافي، ويتم تقديم هذه المعلومات من خلال إحدى وسائله.

7- وسائل الإعلام التربوي المدرسي، هيالإذاعة المدرسية، المناظرات، البرلمان المدرسي، الصحافة المدرسية.

8- تشمل الصحافة المدرسية ما ينتجه الأطفال من صحف حائط أو مجلة طائرة، أو ربع ساعة، أو مطبوعة، أو مصورة، أو كاريكاتير، أو صحف مطوية أو نشرة صحفية، أو أحد الأشكال الصحفية الحديثة الأخرى كالمجلة الإلكترونية ويراعى تنوع أساليب الإخراج الفني لهذه الأشكال الصحفية، كما ينبغي أن تتضمن الأشكال الصحفية فنون العمل الصحفي كالمقال والتحقيق والحديث.

9- يجب أن يتضمن برنامج الإذاعة المدرسية اليومي قوالب إذاعية عدة تشمل الحديث والتحقيق ونشرة الأخبار، يقوم بعض الأطفال المشاركين بجمعها وإعدادها للإذاعة، ويراعى أن يتغير فريق تقديم البرنامج الإذاعي صباح كل يوم دراسي حتى يتجنب إصابة المستمعين بالملل.

رابعاً: ضرورة مراجعة الأهداف المراد تحقيقها لدى الطفل الممارس لفنون الإعلام التربوي المدرسي:

تحدد التوجيهات العامة لإدارة الصحافة المدرسية والإعلام التربوي بوزارة التربية والتعليم التي تنشرها في محافظات مصر، الأهداف العامة للصحافة المدرسية وأنشطتها المختلفة (الصحافة المدرسية - الإذاعة المدرسية - المناظرات - البرلمان المدرسي) على النحو التالي[1].

أ- الأهداف العامة:

1- تنمية مشاعر الولاء للوطن.

2- تنمية الجوانب الثقافية والفنية والعلمية لدى الطلاب.

3- الحد من ظاهرة العنف في المدارس.

4- تفعيل العملية التعليمية.

5- التعلم الذاتي.

6- تقديم ثقافة عامة مناسبة.

1- نشرة التوجيهات العامة للصحافة المدرسية للعام الدراسى2007 /2008، إدارة الصحافة والإعلام التربوي- الإدارة العامة للأنشطة الثقافية والفنية بوزارة التربية والتعليم، ص ص10:1.

7- غرس روح العمل التعاوني.

8- تربية الطلاب تربية إعلامية.

9- ربط الطلاب بالبيئة المحلية والمجتمع العربي والعالم الخارجي.

10- تنمية النظرة العلمية وتشجيع الخيال العلمي وروح الابتكار.

11- الاسهام في تكوين شخصية مثالية قادرة على الابداع والنبوغ.

12- تشجيع التلاميذ على حرية التعبير عن الرأي واحترام الرأي الآخر.

13- تعويد الطلاب على النقد البناء.

ب- الأهداف الخاصة:

1- مساعدة الطلاب على التثقيف الذاتي العام بما تقدمه من أنماط ثقافية تتلاءم مع المراحل السنية.

2- العمل على غرس القيم الدينية والوطنية والقومية والسلوكية وبناء الشخصية المصرية التي تدين بالولاء للوطن.

3- إفساح المجال للطلاب للإسهام الإيجابي في المشروعات الوطنية التي تخدم البيئة المحلية وتبصير الرأي العام الطلابي بقضايا المجتمع ومقترحات حلها.

4- تشجيع الطلاب على متابعة الأحداث الجارية محلياً وإقليمياً وعالمياً.

5- تشجيع الطلاب على إصدار مجلات وصحف إليكترونية.

6- تشجيع الطلاب على التعرف على واقع وطنهم وحضارته العريقة وتاريخه وأمجاده وتوضيح أهمية التضامن العربي وتوحيد الصفوف لبناء مستقبل الأمة العربية.

7- ممارسة الفنون الصحفية والإذاعية المتنوعة وفن المناظرات والبرلمان المدرسي لتحقيق الأهداف الآتية:

- تعريف الطالب بمصادر المعلومات الأساسية.

ممارسة الديمقراطية وممارسة النقد البناء والموضوعي والنقد الذاتي.

- تنمية ميول الطالب الأدبية والتذوق الجمالي.

- تبسيط المادة الدراسية وعرضها في قالب ممتع جذاب.

- اكساب الطالب مهارات العمل الصحفي (الكتابة، التصوير، الرسم ... الخ).

- اكساب الطالب مهارات إبداء الرأي واحترام الرأي الآخر والمواجهة والقدرة على المناقشة البناءة.

8- شغل أوقات فراغ الطالب والترفيه عنه.

9- توجيه الطالب لأفضل طرق الاستذكار.

10- تدريب الطالب على حرية التعبير وممارسة أسلوب التفكير العلمي.

11- اكتشاف المواهب العلمية والأدبية والفنية لدى الطلاب عامة والطلبة الموهوبين خاصة عن طريق المسابقات والمعارض الصحفية والإذاعة المدرسية والمناظرات والبرلمان المدرسي مع تنمية هذه المواهب بما يحقق لها الانطلاق والازدهار.

12- العمل على تشجيع التفاهم الدولي بين طلاب العالم الخارجي في مجال المعارض وتبادل الزيارات.

من خلال العرض السابق لأهداف الإعلام التربوي كما يراها القائمين على توجيهاته العامة بوزارة التربية والتعليم نرصد الملاحظات التالية:

1- الخلط بين الصحافة المدرسية والإعلام التربوي بداية من مسمى الإدارة (إدارة الصحافة المدرسية والإعلام التربوي) حتى نهاية النشرة التوجيهية ولم تتضمن النشرة التوجيهية المقصود بمصطلح كلٍّ منهما.

في حين أن الصحافة المدرسية أحد وسائل الإعلام التربوي المدرسي، وبالتالي تعد جزء منه، وهذا ما يعكس شدة تمسك القائمين على إعلام الطفل بوزارة التربية والتعليم بالمسمى القديم للإدارة (الصحافة المدرسية) والرغبة في إلحاقه بل تقديمه

على مسمى (الإعلام التربوي)، كما يعكس أيضاً وعيهم لأهمية الإعلام التربوي وعدم قـابليتهم للتطور والاعتراف بأحد تخصصات العلـوم التربويـة النوعيـة وهـو مـا يسـمى (بعلـم الإعـلام التربوي) وفقاً لما لديهم من خبرات في مجال اعداد صحف الحائط.

2- اختزال وسائل الإعـلام التربـوي في الصـحافة المدرسـية، واعتبـار أن للصـحافة المدرسـية أنشطة مختلفة منها (الصحافة المدرسية – الإذاعة المدرسية – المناظرات – البرلمان المدرسي).

3- الاهتمام بالصحافة المدرسية ومعارضها ومسابقاتها عـلى حسـاب بـاقي أنشـطة الإعـلام التربوي نتيجة للاختزال السابق.

4- طرحت النشرة التوجيهية أهداف عامة وخاصة للصحافة المدرسـية- وأنشـطتها-إجـمالاً ولم تراعى الأهداف الخاصة بكل نشاط من أنشطة الإعلام التربوي.

بحيث يتحدد من خلالها أهداف ممارسة الطفل لنشـاط مـا مـن أنشـطة الإعـلام التربـوي المدرسي التي تتماشى مع طبيعة كل نشاط إعلامي يمارسه الطفل، بما فيها تحديـد احتياجـات ممارسته للنشاط والمهارات النوعية التي ينبغي العمل على إكسابها لدى الطفل الممارس لهذا النشاط، وتحديد ما لدى الطفل من استعدادات وميول وقدرات تؤهلـه للانضـمام لمجموعـة تمارس نشاط إعلامي ما، وكيفية اكتشاف المواهب الإعلامية لدى الأطفال.

5- رغـم تحـلي الأهـداف العامـة والخاصـة للأنشـطة الإعلاميـة (الصـحافة المدرسـية في مفهومهم) بصفة الإيجابية إلا أن هذه الأهداف الموضوعة لم يتم تجديـدها عـلى الأقـل منـذ ثمانية أعوام دراسية مضت[1].

مما يستدعى النظر في تجديد أهداف أنشطة الإعلام التربـوي المـدرسي بمـا يلائـم تطـورات العصر الذى يعيش فيه كل مـن الطفـل المـراد مشـاركته في نشـاط الإعـلام التربـوي المـدرسي والطفل متلقى نتاج النشاط.

1- في ضوء ما توافر لدى المؤلف من نشرات توجيهية معتمدة من إدارة الصحافة والإعلام التربوي.

وهذا ما يعكس في المقام الأول رؤية القائمين على هذه التوجيهات ونظرتهم الثاقبة للطفل المصري واحتياجاته الإعلامية التي لم تختلف خلال هذه الأعوام الدراسية الماضية، لذا تعد هذه النشرات في غفلة عن ما يحدث في العالم من تطورات في وسائل ومضمون إعلام الطفل، ويراد بالطفل أن يحيا زمن مضى.

كما تعد هذه النظرة الثابتة لاحتياجات الطفل في حد ذاتها أحد وسائل تنفير الطفل عن ممارسة أنشطة الإعلام التربوي المدرسي أو التعرض لمضمونها كمتلقي.

6- غياب أية أهداف عامة أو خاصة ينبغي العمل من أجل تحقيقها لدى الأطفال متلقين نتاج الأنشطة الإعلامية التربوية المدرسية.

7- عدم مراعاة النشرة التوجيهية لترتيب الأهداف العامة أو الخاصة وفقاً لأولوية إكسابها للطفل أو وفقاً لأهميتها النسبية فمثلاً هدف: تشجيع التلاميذ على حرية التعبير عن الرأي واحترام الرأي الآخر، جاء في الترتيب قبل الأخير للأهداف العامة في حين أنه يجب أن يكون على رأس هذه الأهداف.

8- الخلط الواضح بين ما هو هدف عام وهدف خاص، فمثلاً العمل على غرس القيم الدينية والوطنية والقومية والسلوكية وبناء الشخصية المصرية التي تدين بالولاء للوطن، يعد هدف عام وليس هدف خاص وكذلك الأمر للأهداف الخاصة رقم 4، 6.

9- غياب بعض الأهداف مثل: غرس قيمة حب الوطن والانتماء له كهدف عام ينبغي أن يسبق الهدف العام الأول وهو تنمية مشاعر الولاء للوطن، حيث أن هذه المشاعر لا يتم تنميتها إلا في حالة حب الطفل الوطن أولاً، فالولاء يأتي بعد الحب.

وكذلك غرس قيم: النظام وحب العمل يجب أن تتضمن في الأهداف الخاصة للعمل على تحقيقها لدى الأطفال الممارسين لنشاط الإعلام التربوي المدرسي.

10- تتضمن الأهداف الخاصة عبارات فضفاضة ورنانة وغير واضحة قد تثير تفكير من يتطلع عليها للإجابة على سلسلة من التساؤلات، منها:

- كيف تفسح الصحافة المدرسية المجال للطلاب للإسهام الإيجابي في المشروعات الوطنية التي تخدم البيئة المحلية، أم المقصود دفع الطلاب للإسهام؟

- كيف تؤدى الصحافة المدرسية إلى تفعيل العملية التعليمية؟ وهل العملية التعليمية في حاجة لهذا التفعيل من قبل ممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي المدرسي؟ أم هو دور منوط بالقائمين على الإدارة المدرسية والتوجيه والمتابعة؟

- هل شغل أوقات فراغ الطالب والترفيه عنه يعد هدف خاص للنشاط الإعلامي التربوي المدرسي؟ فكيف يتحقق ذلك وهل يفاد كل من الطفل الممارس وغير الممارس للنشاط من هذا الهدف الخاص؟

- ما السبل التي تتبع للعمل على تشجيع التفاهم الدولي بين طلاب العالم الخارجي في مجال المعارض وتبادل الزيارات؟

11- الهدف العام رقم 8: تربية الطلاب تربية إعلامية، في حين أن إدارة الصحافة والإعلام التربوي بوزارة التربية والتعليم لا تملك محتوى منهج تربوي للتربية الإعلامية، بالإضافة لعدم حيازتها لمنهج واضح وثابت تتبعه لإعلام الطفل سواء الطفل الممارس لأحد أنشطة الإعلام التربوي المدرسي أو للطفل متلقى نتاج النشاط، وأمر إعلام الطفل بالمدارس خاضع للاجتهاد والجهاد.

12- لم تضع النشرة التوجيهية حدود فاصلة بين الأهداف المراد تحقيقها لدى الطفل الممارس لأحد أنشطة الإعلام التربوي والأهداف المراد تحقيقها لدى الأطفال متلقين الرسائل الإعلامية بالمدارس، فيما عدا الهدف رقم 7 في الأهداف الخاصة والذى يتضمن ستة أهداف- شديدة الخصوصية وفقاً لتضمينها بهدف خاص- وهى أيضاً قد تثير تساؤلات عدة، منها:

- هل تبسيط المادة الدراسية وعرضها في قالب ممتع جذاب يعد هدف يكتسبه الطفل الممارس للفنون الصحفية والإذاعية المتنوعة وفن المناظرات والبرلمان المدرسي، أم خدمة يقوم بها الطفل الممارس لأحد فنون نشاط الإعلام التربوي المدرسي للأطفال متلقين النشاط الإعلامي بمدرسته؟

- هل ممارسة الديمقراطية تتحقق من خلال ممارسة الطفل لأحد فنون نشاط الإعلام التربوي بالمدارس وحدها؟

- هل ستتقبل إدارة المدرسة النقد البناء والموضوعي الموجه إليها من طفل يمارس أحد الفنون الإعلامية بالمدرسة؟

فمحاولة توقع الإجابة على هذا التساؤل تذكرنا بموقف الطفلة التي تم إلغاء امتحانها لمادة اللغة العربية لأنها أفرطت في ممارسة حقها للتعبير عن رأيها أثناء كتابتها لموضوع تعبير، الأمر الذى أدى لتدخل السيد رئيس الجمهورية السابق لحل المشكلة.

- هل إبداء الرأي مهارة تكتسب؟

نلاحظ أن الطفل الرضيع يبدى رأيه من خلال المناغاة أو الإشارة أو بطريقة أخرى يفهمها هو وقد لا يفهمها الأكبر منه عمراً. والأصح القول بإتاحة الفرصة للطفل لممارسة حقه في إبداء الرأي إعمالاً للمواد المتضمنة بالدستور المصري وقانون الطفل المصري، ومن أجل تصويب هذا الهدف تذكر عبارة " اكساب الطفل مهارات التعبير عن الرأي".

- هل تعريف الطالب بمصادر المعلومات الأساسية هدف يتحقق من خلال ممارسته لفنون نشاط الإعلام التربوي المدرسي فقط، أم له وسائل يمكن من خلالها تحقيق الهدف؟

فالاطلاع بمكتبة المدرسة وسيلة، والأبحاث التي يطالب بإعدادها الطفل في بعض المواد الدراسية وسيلة، لذا أرى أن هذا الهدف عام ولا يخص أحد فنون نشاط الإعلام التربوي المدرسي وحده وبالتالي فهو لا يعد هدف خاص لدى الطفل الذى يمارس هذه الفنون.

مما سبق يتضح لنا أن القائمين على توجيه العمل الفني بوزارة التربية والتعليم في حاجة لمراجعة الأهداف المتضمنة بالتوجيهات العامة للصحافة المدرسية، حيث أن البيئة المدرسية هي بيئة وميدان ممارسة الطفل لهذا النشاط.

ولما كان تعليم الطفل جزء من تربيته، يجب أن تتناغم أهداف الإعلام التربوي مع أهداف المرحلة التعليمية التي يلتحق الطفل بها، حتى تندرج أنشطته داخل ما يسمى بالمنظومة الشاملة للعملية التعليمية، ويتم استثمار ممارسة الطفل له الاستثمار الأمثل.

وفي حالة اقتناع المسئولين بأن الإعلام التربوي يعد أداة تربوية وتعليمية للأطفال فلابد أن تشمل أهدافه - بالإضافة لأهدافه التربوية الخاصة - بعض أهداف تعليم الطفل كما حددها قانون الطفل بنص المواد من 60 إلى 62[1].

حينها ستصبح الأهداف العامة لممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي المدرسي، وفقاً لمراحل التعليم على النحو الآتي:

1- بمرحلة التعليم الأساسي بحلقتيه تهدف ممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي إلى تنمية قدرات واستعدادات التلاميذ وإشباع ميولهم وتزويدهم بالقدر الضروري من القيم والسلوكيات والمعارف والمهارات العلمية والمهنية التي تتفق وظروف بيئاتهم المختلفة بحيث يمكن لمن يتم مرحلة التعليم الأساسي أن يواصل تعليمه في مرحلة أعلى وأن يواجه الحياة بعد تدريب مهني مناسب وذلك من أجل إعداد الفرد لكى يكون مواطنًا منتجًا في بيئته ومجتمعه.

2- بمرحلة التعليم الثانوي العام تهدف ممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي إلى إعداد الطلاب للحياة العملية وإعدادهم للتعليم العالي والجامعي والمشاركة في الحياة العامة، والتأكيد على ترسيخ القيم الدينية والسلوكية والقومية.

3- بمدارس التعليم الثانوي الفني تهدف ممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي أساساً إلى إعداد فئة من الفنيين في مجالات الصناعة والزراعة والإدارة والخدمات، وتنمية الملكات الفنية لدى الدارسين.

1- قانون رقم 12 لسنة 1996 بإصدار قانون الطفل والمعدل بالقانون رقم 126 لسنة 2008، مرجع سابق، ص 20، 21.

خامساً: رصد العوامل التي تعوق ممارسة الطفل لفنون الإعلام التربوي المدرسي:

توجد عوامل تعوق ممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي وفنونه داخل المدرسة، وقد تتفق أو تختلف هذه العوامل من مدرسة إلى أخري، وفقاً لطبيعة المدرسة الملتحق بها الطفل وإمكاناتها البشرية والمكانية والمادية والتي تتحكم غالباً في ممارسة الأطفال لهذا النشاط.

فمثلا: يمارس طفل ما أحد أشكال نشاط الإعلام التربوي في المدرسة الابتدائية التي التحق بها وعند انتقاله للمرحلة الثانية من التعليم الأساسي في المدرسة المجاورة لمدرسته الابتدائية لا يستطيع ممارسة هذا النشاط.

وهذا المثال يستوقفنا بحثياً للتعرف على الأسباب العامة التي تعوق ممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي باعتباره أحد أنواع الأنشطة التي ينبغي اتاحتها داخل كل مدرسة ليمارسها الأطفال ممن لديهم الاستعداد أو الرغبةفي ممارستها، باعتبار الأنشطة التربوية أحد مكونات المدرسة وليست أحد مكونات العملية التعليمية.

وإن كانت معوقات ممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي المدرسي أحد أفرع معوقات ممارسة الأطفال للأنشطة المدرسية بصفة عامة، إلا أنها قد ترجع لعوامل عدة منها:

أ- عوامل ترتبط بالطفل نفسه، مثل:

1- مدى تفهم البيئة الأسرية لأهمية ممارسة طفلها لنشاط الإعلام التربوي المدرسي، وقد يتحكم المستوى الثقافي للأسرة في درجة هذا الفهم.

2- الحالة الصحية للطفل التي تمكنه من ممارسة النشاط.

3- القدرة المادية لدى القائم على تربيته (متولى أمره) للوفاء بمتطلبات ممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي المدرسي.

4- ميول ورغبات الطفل نفسه.

5- طموح الطفل في مستقبل حياته واهتماماته وتطلعاته.

6- الحالة المزاجية والنفسية للطفل.

7- مدى توافر الحد الأدنى من مهارات لدى الطفل نفسه الراغب في ممارسة نشاط محدد من أنشطة الإعلام التربوي المدرسي.

8- مستوى القدرات العقلية والمعرفية لدى الطفل التي تمكنه من التعرف على القواعد والتعليمات التي ينبغي أن يتبعها لممارسه أحد الأنشطة الإعلام التربوي المدرسي.

ب- عوامل أخرى لا ترتبط بالطفل:

ترتبط بالكبار القائمين على ممارسة الطفل للأنشطة الإعلام التربوي المدرسية وتم تحديدهم في الآتي:

1- القائم على نشاط الإعلام التربوي المدرسي.

2- القائم على الإدارة المدرسية.

3- القائم بالتوجيه الفني لأخصائي الإعلام التربوي المدرسي.

وسوف نتناول هذه العوامل بشيء من التفصيل فيما يلى:

1- عوامل ترتبط بالقائم على نشاط الإعلام التربوي المدرسي:

حيث تتحكم في مستوى إجادته لمهام عمله عوامل عدة، منها:

1- مستوى الرضا الوظيفي لديه.

2- درجة تفهمه لأهمية الدور المنوط بعمله.

3- القدرات المتوفرة لديه لجذب الأطفال وتحفيزهم لممارسة النشاط القائم عليه.

4- المهارات الشخصية والفنية المكتسبة لديه بما يمكنه من التفوق في أداء مهام عمله الوظيفية.

5- المعلومات المرتبطة بالنشاط القائم عليه، التي قام بتحصيلها أثناء مرحلة تعليمه الجامعي.

6- مستوى التأهيل التربوي والتدريب الفني والعملي الذى مر به خلال سنوات دراسته الجامعية.

7- الخبرات الفنية والوظيفية التي اكتسبها من خلال ممارسته للعمل.

8- ملائمة تخصصه العلمي بالوظيفة التي يمارسها.

9- اطلاعه المستمر على أحدث الطرق والأساليب التربوية والفنية التي تمكنه من تزويد قدراته الفنية التي تساعده في إنجاز مهام عمله.

10- مستوى كفاءة التوجيه الفني الذى يقابله أو يمارس عليه لإرشاده وتوجيه عمله، وتذكرته بما أغفله وتصحيح أخطائه وتقييم مستوى أداءه للعمل، وتقرير مدى صلاحيته للقيام بالدور المنوط به من عدمه.

11- التمسك بالمساحة الزمنية المخصصة لممارسة الأطفال للنشاط القائم عليه، والالتزام بممارسة النشاط في الموعد المحدد له، وتجنب الاعتذارعن إقامة النشاط أياً كانت الأسباب.

12- مطالبة الإدارة المدرسية بميزانية عمل النشاط القائم عليه، وعدم التنازل عن بعضها لأى غرض آخر.

13- تجنب الإيذاء النفسي للطفل أثناء ممارسته للنشاط، سواء كان بالتوبيخ أو باللوم ولو بغرض تحفيز الطفل لتحسين أداءه في ممارسة النشاط، حيث لا يوجد عقاب للطفل على ممارسته للنشاط أو عدم ممارسته له.

14- عدم إجبار الأطفال على ممارسة النشاط القائم عليه كرهاً أو باستخدام أحد أساليب الضغط النفسي أو العصبي عليهم.

15- مستوى مهارته في حل المشكلات التي تعوق ممارسة الأطفال للنشاط القائم عليه، وتجنيب دخول الأطفال في تفاصيل هذه المعوقات، أو تعريضهم لمشكلات مع الإدارة المدرسية.

وقد تضمنت التوجيهات العامة للصحافة المدرسية بشأن أخصائي الصحافة المدرسية، ما يلي:

- أن يتم توزيع أخصائي الصحافة المدرسية من خريجي كليات التربية النوعية قسم إعلام تربوي أو خريجي كليات الإعلام على جميع المدارس بكافة مستوياتها بدء بتغطية مرحلة التعليم الأساسي (ابتدائي – إعدادي) ولا يتم ندبهم إلى مكتب التوجيه الفني للصحافة المدرسية إلا بمستوى وظيفي لا يقل عن أخصائي أول ثانوي صحافة مدرسية.

ويلاحظ من الفقرة السابقة، الآتي:

- الخلط في المسمى الوظيفي للأخصائي فتعرفه التوجيهات العامة لإدارة الصحافة المدرسية والإعلام التربوي (أخصائي صحافة مدرسية) في حين أن قرار تعينه بوزارة التربية والتعليم بمسمى وظيفي (أخصائي إعلام تربوي).

- مساواة خريجي كليات الإعلام بخريجي كليات التربية النوعية قسم إعلام تربوي، وهذا لا يعنى التقليل من شأن خريجي كليات الإعلام لكنه ينفى أهمية إنشاء كليات التربية النوعية ودورها في تخريج أخصائيين مؤهلين إعلامياً وتربوياً نوعياً للتعامل مع الأطفال في المدارس، باعتبار أن ما درسه الأخصائي من مواد تربوية طيلة سنوات دراسته بكلية التربية النوعية يمكن الاستغناء عنه واستعاضته بخريج كليات الإعلام.

هذا الأمر قد يثير بعض التساؤلات، هي:

- ما الميزة النسبية التي يحظى بها خريجين كليات التربية النوعية، وما الدافع لالتحاقهم بقسم الإعلام التربوي؟

- هل ستؤثر هذه الاستعاضة على أعداد الطلاب الراغبين في دراسة الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية مستقبلاً؟

- هل سوق العمل اكتفى بخريجي قسم الإعلام التربوي وتشبع بهم ولم تعد المدارس في حاجة للمزيد منهم؟

- أن يتولى هؤلاء الأخصائيون مهام تنظيم العمل الصحفي وإدارته داخل المدارس خلال العام الدراسي والأجازة الصيفية تحت إشراف توجيه الصحافة المدرسية وإلا ينقل أو ينـدب أخصائي الصحافة المدرسية إلى أي مادة أخرى حفاظاً على جهود الوزارة في تخريج المستويات التخصصية وجهود الوزارة في دعم نشاط الصحافة المدرسية بشغل السلم الوظيفي لهذا النشاط بتخصصاتهم الفنية الدقيقة.

كما تستدعى هذه الفقرة تساؤلات بحثية، هي:

- ما الجهود التي تبذلها وزارة التربية والتعليم في تخريج أخصائي الصحافة المدرسية (وفقاً لمسمى التوجيه الفني)؟

- ما دوافع طلب أخصائي الصحافة المدرسية لنقله أو لندبه إلى مادة أخرى؟

- هل لوزارة التربية والتعليم الحق في احتجاز أخصائي الصحافة المدرسية بوظيفة لا يرغب بممارستها؟

- هل وفق هذا الاحتجاز تتحقق كل من الأهداف العامة والخاصة للصحافة المدرسية؟

- ما أثر عدم رغبه أخصائي الصحافة المدرسية في ممارسه عمله على ممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي المدرسي؟

- هل جهود الوزارة في دعم نشاط الصحافة المدرسية تتمثل في شغل السلم الوظيفي لهذا النشاط بتخصصاتهم الفنية الدقيقة؟

- ما مدى ادراك وزارة التربية والتعليم بأهمية هذا التخصص الفني الدقيق؟

- حددت التوجيهات العامة اختصاصات أخصائيو ومشرفو الصحافة داخل المدرسة من خلال عدد (ثلاثون اختصاص) موزعين على النحو التالي:

في مجال التوعية:

- التوعية الجادة للأهداف التربوية للصحافة والإذاعة المدرسية، والمناظرات، والبرلمان المدرسي والدور التربوي لكل منها داخل المدرسة وخارجها.

في مجال العمل مع الجماعات الصحفية:

1- الاشراف على جماعات الصحافة، والإذاعة المدرسية، والمناظرات، والبرلمان المدرسي.

2- مساعدة أعضاء كل جماعة في وضع الخطة والبرنامج الزمنى وفى تنفيذها وتقويمها.

3- توزيع المسئوليات على أعضاء كل جماعة كل بقدر قدراته ومواهبه.

4- تحقيق الادارة الذاتية للطلاب لسائر جماعات الصحافة المدرسية.

5- مساعدة أعضاء كل جماعة على مواجهة الصعوبات التي تعترضهم.

6- مساعدة أعضاء الجماعة على تنمية ميولهم الأدبية والفنية وتقدير قيمة الكلمة المكتوبة في إبراز الخبر والتحقيق الصحفي وتدعيم القيم الإيجابية.

7- الإشراف على إصدار الصحف المختلفة (صحيفة الفصل- المدرسة – النادي – المركز – صحف المناسبات – صحف المواد الدراسية – صحف جماعة النشاط ... الخ) بأشكالها المتنوعة: الحائطية والطائرة والربع ساعة والمجلات المطبوعة والمجلة الالكترونية والمصورة والإستنسل وسبورة الأخبار المدرسية.

8- تدريب الطلاب على الإخراج الصحفي من حيث كتابة العناوين الرئيسية والفرعية والمانشتات ووضع الصورة الصحفية.

9- تدريبهم على إخراج وإصدار المجلة الالكترونية.

10- رعاية الموهوبين الفائقين من الطلاب في مجال الصحافة المدرسية.

في مجال البرامج العامة:

1- تنظيم المعارض الصحفية في المناسبات القومية والاجتماعية والدينية.

2- تنظيم المسابقات الصحفية بأنواعها المختلفة على مستوى الفصول الدراسية.

3- تنظيم برنامج تبادل الزيارات واللقاءات الفكرية لمزيد من الخبرات الصحفية داخل المدرسة وخارجها ولتدعيم العلاقات الطلابية.

4- الإشراف على البحوث والمقالات الأدبية والعلمية التي تساعد على القراءة والاطلاع.

5- تنظيم الزيارات إلى المؤسسات الصحفية ومراكز الإعلام المحلية.

6- تدريب الطلاب على فنون الصحافة من أحاديث وتحقيقات وتقارير صحفية خارج أسوار المدرسة.

7- تدريب الطلاب على الأسس الفنية لإصدار مجلة الكترونية.

8- تنظيم الندوات والمحاضرات الصحفية داخل المدرسة وخارجها ودعوة المتخصصين من ذوى الرأي، وخبراء الصحافة المدرسية، والشخصيات البارزة لإلقاء الضوء على الفنون الصحفية والمناظرات والبرلمان المدرسي وقضايا المجتمع ومشكلات الشباب.

9- تدعيم الصلة بين جماعات الصحافة والجماعات العلمية والرياضية والاجتماعية والفنية والثقافية داخل المدرسة.

10- تنظيم اشتراك الطلاب في النشاط الصيفي لمراكز تنمية القدرات الصحفية.

11- خدمة المناهج الدراسية والإسهام في تحقيق وترابط وتكامل المعرفة.

في مجال التنظيم والإدارة:

1- إعداد الخطة العامة والبرنامج الزمنى ومشروع الموازنة للمدرسة.

2- متابعة عمليات الصرف من مخصصات الصحافة المدرسية من حصيلة النشاط الفني داخل المدرسة.

3- التعاون مع الأخصائي الاجتماعي والاتحادات الطلابية ومجلس الآباء داخل المدرسة بهدف تحقيق خطة نشاط الصحافة المدرسية.

4- إعداد النشرات المنظمة للعمل داخل المدرسة.

5- إعداد مكتبة إعلامية ومركز للمعلومات الإعلامية وأرشيف صحفي لخدمة النشاط الصحفي داخل المدرسة.

6- إعداد التقارير الفنية.

7- إعداد السجلات والملفات والبيانات الخاصة بالنشاط الصحفي والإذاعة المدرسية والمناظرات والبرلمان المدرسي داخل المدرسة.

8- يكون أخصائيو الصحافة المدرسية أعضاء في مجلس الآباء والمعلمين على مستوى المدرسة.

وتعد كافة الأعباء الملقاة على عاتق أخصائي الإعلام التربوي كما وردت بالتوجيهات العامة للصحافة المدرسية أحد معوقات ممارسة الطفل لأنشطة الإعلام التربوي المدرسي وفقاً لكثرة اختصاصات عمله وضيق الوقت المخصص لممارسة الطفل لفنون وأنشطة الإعلام التربوي المدرسي.

الوقت المخصص لممارسة الطفل لفنون الإعلام التربوي المدرسي:

يتطلب من أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس أن يمارس مهام عمله مع الأطفال خلال فترة راحتهم بمنتصف اليوم الدراسي (الفسحة) وغالباً ما تكون مدتها خمسة عشر دقيقة – والتي لا تكفى لأن يشرب الطفل أو يأكل طعامه- أو لنفس المدة في الصباح قبل بداية اليوم الدراسي للإعداد لبرنامج الإذاعة المدرسية كل صباح يوم دراسي، ولا يحق لأخصائي الإعلام التربوي استدعاء أي طفل يمارس نشاط الإعلام التربوي خلال اليوم الدراسي أو الاجتماع به، أو يخرجه من فصله حرصاً على سلامة العملية التعليمية وحسن سير العمل بالمدرسة، لهذا يعد الوقت المخصص لممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي أحد معوقات ممارسة الطفل لهذا النشاط، فضلاً عن كم مسابقات الأنشطة الإعلامية.

مسابقات الصحافة المدرسية:

تعقد المسابقات في الصحافة المدرسية لدفع نشاط الصحافة المدرسية وتحفيز الأطفال الممارسين لهذا النشاط إلا أنها تعد أحد معوقات ممارسة الطفل لأنشطة الإعلام التربوي المدرسي، نظراً للمبالغة في كم مسابقات الصحافة المدرسية على مدار العام الدراسي التي يتطلب من أخصائي الصحافة ضرورة الاشتراك بها، ويعد ما يتم تسليمه لتوجيه الصحافة المدرسية بالإدارة التعليمية التي تتبعها المدرسة التي يعمل بها هي المحك الأساسي الذى يوضع من خلاله التقرير السنوي السرى الخاص بتقييم عمل الأخصائي، لذا يهتم أخصائي الإعلام التربوي بتسليم المسابقات المطلوبة منه على حساب كافة الأعمال المنوط به القيام بها، ونظراً لضيق الوقت المخصص للنشاط وكم مسابقات نشاط الإعلام التربوي المطلوب من المدرسة الاشتراك بها يقوم أخصائي الإعلام التربوي بإعداد الأعمال المطلوب التسابق عليها دون مشاركة أطفال المدرسة بها، نظراً لما يتعرض له من ضغوط في العمل، وبالتالي يشارك أطفال النشاط في هذه الأعمال بأسمائهم فقط دون العمل مما يكسب الأطفال قيماً غير مرغوب في اكسابها لهم، كما يؤثر بالتالي على ممارسة الطفل لأنشطة الإعلام التربوي.

2- عوامل ترتبط بالقائم على الإدارة المدرسية، منها:

- درجة اهتمام الإدارة المدرسية بممارسة أطفال المدرسة للأنشطة المدرسية، وادراكها بأن هذه الممارسة حق للطفل وليس تفضل منها، وهذا يرجع لمدى تفهم الإدارة المدرسية لأهداف التعليم أوالغرض منه الذى يكمن في بناء مواطن صالح ينفع نفسه ويفيد مجتمعه ووطنه، تطبيقاً لمبدأ فالطفل المواطن له من الحقوق كما عليه من الواجبات.

- مستوى حرص الإدارة المدرسية على اتباع القواعد والنشرات التوجيهية التي تنظم نشاط مدرسي ما.

- الأسـلوب الفنـي والإداري الـذى تتبعـه الإدارة المدرسـية في توجيـه عمـل القـائمين عـلى الأنشطة وتوجيه أطفال المدرسة وتحفيزهم لممارسة الأنشطة.

- تمكين القائم بالنشاط من صرف ميزانية النشاط وفقاً للحصة المقررة من ميزانية المدرسة ومراقبة وتوجيه بنود الصرف، عدم تحويل ميزانية الأنشطة لأعمال أخرى.

- عدم الاهتمام بنشاط ما على حساب ضعف ممارسة الأطفال لنشاط آخر.

- عدم جمع أموال من الأطفال الممارسين للأنشطة تحت أي مسمى.

- مقدار التبرعات أو الدعم المادي والعيني الذى تعمـل الإدارة المدرسـية عـلى جذبـه مـن بعض رجال الأعمال المحيطين بالمدرسة أو من مجلس الآباء أومن أي مؤسسة حكومية أخـرى بهدف تسخيرها لخدمة ممارسة الأطفال للأنشطة.

- توفير متطلبات ممارسة الأطفال غير القادرين مادياً لنشاط ما.

- عـدم التجنـي عـلى الوقـت المخصـص لممارسـة الأطفـال للأنشـطة لصـالح بعـض المـواد الدراسية.

- متابعة الشديدة لمنع استخدام العنف ضد الأطفال وخاصة أثناء ممارستهم للأنشطة.

- توفيرالمكان الذى يناسب ممارسة الأطفال لكل نشاط مـدرسي وفقـاً لاحتياجـات إقامتـه، وخاصة الفناء المدرسي.

3- عوامل ترتبط بالقائم على التوجيه الفني لأخصائي الإعلام التربوي المدرسي:

موجهو الصحافة المدرسية:

يعد بعض القائمين على توجيه عمل أخصـائي الإعـلام التربـوي غـير مـؤهلين للقيـام بهذه الوظيفة وفقاً لأسباب عدة وهو ما يمثل أحد معوقات ممارسة أخصـائي الإعـلام

التربوي لمهام العمل المنوط بإنجازها وبالتالي يعود ذلك على ممارسة الطفل لنشاط الإعلام التربوي المدرسي بالتبعية.

حيث ورد بالتوجيهات العامة للصحافة المدرسية بشأن موجهو الصحافة المدرسية الآتي:

1- يشترط لشغل وظيفة موجه صحافة مدرسية للمرحلة الابتدائية: أن تكون مؤهلاتهم تربوية ووظيفتهم الأصلية موجه ابتدائي نشاط(صحافة) على الأقل ومارسوا نشاط الصحافة المدرسية ثلاث سنوات بحد أدنى ويقومون بالتوجيه الفني على المرحلة الابتدائية فقط.

2- أن يتولى التوجيه في المرحلتين الإعدادية والثانوية بجميع نوعياتها الحاصلين على مؤهل عال ووظيفتهم الأصلية موجه إعدادي ومارسوا العمل بالصحافة المدرسية مدة لا تقل عن خمس سنوات بحد أدنى.

3- أن يرقى إلى وظيفة موجه عام أو موجه أول صحافة مدرسية من تدرج في وظائف الصحافة المدرسية على أن يكون من المتخصصين في الصحافة المدرسية أو الحاصلين على مؤهل عال تربوي وله خبرة في مجال نشاط الصحافة المدرسية مدة لا تقل عن عشر سنوات على الأقل حتى يمكن أن يتعامل مع جميع الفئات الوظيفية بالتوجيه.

4- في حالة عدم توافر المستويات الوظيفية المناسبة بالتوجيه الفني للصحافة المدرسية يندب الشخص المناسب من حيث المؤهل العالي والمستوى الوظيفي والكفاءة والخبرة بمجال العمل في الصحافة المدرسية إلى وظيفة موجه أول صحافة مدرسية من وظيفة موجه ثانوي وذلك حرصاً على انتظام وحسن سير العمل إدارياً وفنياً بالتوجيه.

ويلاحظ فيما سبق ان أخصائي الإعلام التربوي من خريجي قسم الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية هم الفئة التي تم تأهيلها إعلامياً وتربوياً لممارسة هذا العمل ولشغل وظيفة أخصائي إعلام تربوي بالمدارس.

في حين نجد أن من شروط شغل وظيفة موجه صحافة مدرسيه حصوله على أي مؤهل تربوي غير محدد، المهم أن يكون من موجهي المرحلة المتقدم لتوجيه الصحافة المدرسية بها، وبالتالي قد يكون في الأساس مدرس لأحدى المواد التعليمية ومارس

العمل بالصحافة المدرسية بشكل عشوائي أو لأنه يرغب في سرعة تدرجه الوظيفي بمجال وظيفي حديث وهذا هو الدافع الغالب لدى شاغل وظيفة موجه صحافة مدرسية في الوقت الحالي.

الشرط الآخر أن يكون مارس العمل بالصحافة المدرسية لمدة تتراوح من ثلاث سنوات كحد أدنى إلى عشر سنوات ليشغل وظيفة موجه عام أو موجه أول صحافة مدرسية في حين لا يتم ندب أخصائي الصحافة المدرسية من خريجي كليات التربية النوعية قسم إعلام تربوي إلى مكتب التوجيه الفني للصحافة المدرسية إلا بمستوى وظيفي لا يقل عن أخصائي أول ثانوي صحافة مدرسية وهذا المستوى الوظيفي يصل إليه الأخصائي بعد مرور أكثر من خمسة عشر عاماً من تاريخ تعينه في المتوسط، الأمر الذى يكشف عن احتمالية تعمد استبعاد أخصائي الإعلام التربوي المتخصص عن التوجيه الفني حتى إشباع القائمين على التوجيه من غير المتخصصين في الإعلام التربوي، وهذا ما يعد أحد أدوات تنفير أخصائيو الإعلام التربوي من وظائفهم وفقاً لضيق فرص ترقيهم في المستوى الوظيفي، مما يدعوهم لترك السلم الوظيفي لنشاط الإعلام التربوي خالياً، لتظهر حالات العجز الذى تعانى منه بعض المدارس وتشكو من عدم وجود أخصائي إعلام تربوي بها، وهو ما يؤثر على ممارسة الطفل لأنشطة الإعلام التربوي المدرسي.

كما حددت التوجيهات العامة للصحافة المدرسية دور موجه الصحافة المدرسية من الناحية الفنية كما يلى:

1- زيارة المدارس التي يتحدد له متابعة العمل الصحفي المدرسي بها ثلاث مرات على مدى العام الدراسي على الأقل.

2- التأكد من استلام المدارس لخطة العمل الصحفي المحلية.

3- متابعة تشكيل جماعات الصحافة المدرسية والإذاعة والمناظرات والبرلمان المدرسي داخل المدرسة وتوزيع العمل على أعضائها.

4- التأكد من وضع الخطة الفنية والزمنية للصحافة المدرسية داخل كل مدرسة وذلك طبقاً للخطة العامة المحلية.

5- متابعة سير العمل الصحفي طبقاً للبرنامج الزمنى المحدد في اطار الخطة المحلية.

6- التأكد من استلام المدرسة للنشرات والمسابقات الصحفية في موعدها المحدد.

7- توجيه أخصائي ومشرفي الصحافة المدرسية للأسس الفنية التي يجب إتباعها عند إخراج الصحيفة الحائطية أو عند كتابة الفنون الصحفية أو تسجيل شرائط الإذاعة المدرسية أو عند إقامة المعارض الصحفية المحلية في المناسبات الدينية والقومية، أو عند عقد جلسات المناظرات أو البرلمان المدرسي مع توضيح الفوارق الجوهرية بين كل من المناظرة وجلسة البرلمان المدرسي، وتوضيح الأسس الفنية لكل منهما.

8- التأكيد على أهمية الدور التربوي الذى تقوم به مراكز تنمية القدرات الصحفية الصيفية وتشجيع الطلاب على الاشتراك بها، وتشجيع ممارسة أنشطة الصحافة في جميع المدارس ومتابعة ذلك.

9- ضرورة تسجيل موجه الصحافة المدرسية لزيارته في سجل الزيارات الرسمي بالمدرسة حتى يمكن لأخصائي أو مشرف الصحافة أو أي مسئول الاطلاع على هذا التقرير وما جاء به من توجيهات.

في حين أن جميع الأعمال المتضمنة بأنشطة الإعلام التربوي المدرسي ملقاة على عاتق أخصائي الإعلام التربوي داخل كل مدرسة التي يقوم بزيارتها موجه الصحافة المدرسية ثلاث مرات على الأقل على مدى العام الدراسي.

ختاماً يتضح أن أغلب العوامل التي تلاحق الطفل وتعوقه عن ممارسة الأنشطة لا ترتبط به، بل ترجع إلى الكبار القائمين على تربيته ورعاية الأنشطة التي ينبغي أن يمارسها داخل مدرسته، مما يستوجب العمل على زيادة وعى الكبار أولاً بأهمية ممارسة الطفل للأنشطة المدرسية ومن بينها الإعلام التربوي المدرسي قبل أن ندفع بالأطفال لممارسة الأنشطة ونستخدمهم لتكمله صورة إيجابية عن سريان العملية التعليمية بالمدارس في حالة زيارة شبة مفاجئة لمسئول ما[1].

1- أشرف قادوس. متطلبات النهوض بممارسة الطفل المصري للإعلام التربوي المدرسي، في: المؤتمر العلمي الدولي الأول (العربي الرابع)، التعليم وتحديات المستقبل،(جامعة سوهاج: جمعية الثقافة من أجل التنمية، أبريل، 2009).

ضبط الخطاب الإعلامي الموجه للطفل

في عالم متغير

(جمود - مرونة)

لما كان الخطاب يعبر عن رسالة معدة مسبقاً، تهدف إلى مضامين واضحة ومؤثرة لدى المتلقي (الجمهور الموجه له الخطاب)، وتنقل من خلال وسيلة معينة، من أجل الإخبار أو الاقناع أو التقويم. وتسعى وسائل الإعلام (المقروءة، المسموعة، المرئية) وكافة وسائل الاتصال المواجهي الفردي والجمعي بنقل الرسائل التي يعبر عنها الخطاب. فترتكز وظيفتها على تشكيل وبلورة مفاهيم الجمهور وتصوراتهم في مناحي الحياة المختلفة. وتزودهم بالخبرات-ومنها السياسية- التي من خلالها يتشكل الرأي العام. ثم خلق التماسك الاجتماعي بين أطياف المجتمع لدعم أو رفض مواقف سياسية معينة[1].

فعليه يمكننا القول بأن تكوين وجهة نظر معينة تجاه الأحداث ما هي إلا حصيلة ما يتعرض له المشاهد أو المستمع أو القارئ من أخبار وتقارير وآراء تحملها الصحف والبرامج الإعلامية.

إلا أن الحاجة لضبط الخطاب الإعلامي الموجه للطفل تتطلب إعادة النظر فيما يلي[2]:

1- النظام السياسي:

لكي تكون الصورة واضحة فإن مؤسسة إعلامية تنشأ في بلد اشتراكي ما لابد أن يكون خطابها الإعلامي مصبغ بالفكر الاشتراكي وبأخلاقية التعاطف مع المعدمين والفقراء، وبرؤية محددة للتطور الاقتصادي والاجتماعي. وهذا ما ينعكس على

1- صالح عباس الطائي، الخطاب الإعلامي وترسيخ التعاون العربي - الإفريقي، مجلة دراسات دولية، ع 47، ص19.

2- أشرف قادوس. مرتكزات الخطاب الإعلامي في عالم متغير، في: مؤتمر الشأن الليبي في الخطاب الإعلامي، (ليبيا: مصراتة، يناير 2014).

معالجتها الإعلامية للأخبار والأحداث، وبالمثل لو عملت الوسائل الإعلامية تحت أنظمة رأسمالية أو ديموقراطية[1].

2- نمط ملكية الوسائل الإعلامية:

لا شك أن طبيعة تأسيس وتشغيل وسائل الإعلام الجماهيري تتطلب تكلفة عالية في تجهيزاتها وفي رواتب واستحقاقات وامتيازات العاملين بها، لذا تبقى السلطة الأكبر في تحديد مقاصد المؤسسة الإعلامية للمتصرفين بشأنها من مالكين أو مُفوضين من هؤلاء المالكين.

فهؤلاء هم الذين يسوقون المؤسسة لتحقيق مآربها سواء كانت فكرية أو سياسية أو اقتصادية أو غيرها. ولكن هؤلاء لا يتحكمون بالمطلق في سير الأداء الإعلامي لأنهم لا يملكون القدرة على المتابعة المُستمرة اللصيقة للأداء الإعلامي ولا القدرة علي إجبار حراس البوابة علي التصرف علي النحو المُراد تماماً.

3- دوافع الخطاب الإعلامي:

إن كنا قد اتفقنا على أن الخطاب الإعلامي هو كلام يُرمي به إلى تحقيق غاية ما. فلابد أن المُحرك الرئيس لهذه الرسائل الإعلامية يتحرك من تلقاء دوافع وأفكار ومقاصد ولابد من التوقف عندها، فدوافع الخطاب ربما تكون فكرية "أيدولوجية" أو سياسية لتحقيق التمكن من السلطان أو النفوذ. أو اقتصادية لتحقيق النفع أو الربح. أو قد تكون حزمة من كل هذه الدوافع.

1- المدونة السياسية، حراس البوابة والخطاب الإعلامي، السبت 16 أبريل، 2011، ص 6.
http://aminhassanomer.blogspot.com/2011/04/blog-post_16.html

4- مرجعية الخطاب الإعلامي:

يقصد بمرجعية الخطاب الأفكار الرئيسة التي توجه مضمونه الفكري والإمتثالات الأخلاقية التي يتوجب أن يتحلى بها. والرؤى السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يُفسر بها الواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي[1].

5- حراس البوابة:

فحراس البوابة أي منتجي الرسالة الإعلامية شركاء في السلطان الإعلامي. وقد تتسع حصتهم في هذه الشراكة حتى تغلبعلي سلطة المالكين. وقد تضيق إلى مدي بعيد ولكنها لا تتناهي تماماً. فتنميط سلوك البشر شيء يصعب تحقيقه.

فإذا كان المُلاك والمتصرفين يستهدفون إنتاج خطاب إعلامي يراد به مقاصد مطلوبة فكيف يؤثرون علي حراس البوابة للمحافظة علي فحوي وصورة الخطاب المطلوب، ليحدث الأثر المطلوب؟

فحراس البوابة إذاً واقعٌ لا فكاك ولا مهرب أو مفر منه، هو جزء من طبيعة أداء وسائط الاتصال المعاصرة. وأهم أدوار هؤلاء أنهم هم من يحددون الأجندة أي العنوانين التي يجب أن يشتغل بها الناس، وقد يتجاهلون نبأ هاماً أو يفخمون من خبر أقل أهمية.

فأهم أدوارهم هو تحديد الأجندة وتركيز انتباه الناس على أحداث وأخبار ومشاهد. وربما تشتيت أنظارهم وانتباههم عن ما يجب أن يكون موضع الاهتمام والتركيز. بنقل الأنظار والأسماع إلى بؤر اهتمام جديدة. وهم يفعلون ذلك بتحجيم المعلومات أو الأخبار أو تجاهلها. أو توسيع كمية المعلومات والأخبار وتضخيمها وتكرارها أو إعادة ترتيب المعلومات أو الأخبار بما يعطي انطباعاً مُحدداً. أو يحدث تأثيراً معيناً. أو بتفسير الأخبار والمعلومات بنسبتها إلى أخبار أُخري ومعلومات أُخري أو مُقارنتها

1- المرجع السابق، ص ص 5- 6.

لتأكيدها أو التشكيك بها. وهكذا تتعاظم سلطة هؤلاء علي أسماعنا وأبصارنا وبالتالي علي مشاعرنا وعقولنا. ثم علي اختياراتنا وأحكامنا وأولوياتنا.

6- كيفية صياغة الخطاب الإعلامي:

لكي يحقق صاحب الرسالة أعلى نسبة من توقعاته في إقناع مخاطبيه وفي استمالة مشاعرهم وعواطفهم والفوز بمناصرتهم ومساندتهم, لا بد له من مراعاة العديد من الاعتبارات عند صياغة الرسالة الإعلامية.

ومما لا شك فيه أن صياغة الرسالة الإعلامية تتفاوت بدرجة كبيرة بين الإعلام الشخصي والإعلام اللاشخصي. كما تتفاوت بين وسيلة ووسيلة. فصياغة رسالة إعلامية عبر دورية أو مجلة ليست مثل صياغتها لصحيفة يومية. وإعداد رسالة للراديو يختلف عن إعداد رسالة للتلفزيون. وإعداد رسالة عبر الكيبل أو الشبكة الإلكترونية له خصوصيته هو الآخر. ولذلك فإن الأسس التي بموجبها يصوغ شخص ما رسالته ربما تتشابه ولكنها تتبدى بأشكال متفاوتة عند تغاير الوسائل. كذلك فإن عدد المتداخلين في توصيل الرسالة يؤثر تأثيراً كبيراً في صياغة الرسالة الإعلامية[1] كما تشير إليها نظرية حارس البوابة.

7- جمهور متلقين الخطاب الإعلامي:

من الصعب رصد متلقين الخطاب الإعلامي وقت نشره أو إذاعته عبر وسائل الإعلام التقليدية بشكل فورى. بل والتحكم في الكيفية التي يتلقى بها جمهور المتلقين، وظهر ما يعرف بدراسات فنون التلقي. فأصبح المتلقي له دور فاعل في توجيه مسار الخطاب وفك رموزه وإدراك محتواه بما يتلاءم مع معتقداته وقيمه وعاداته.

1- نفس المرجع السابق، ص ص 2- 4.

كما تغير النظام الاتصالي عن ذي قبل من اتصال ذو جهة واحدة إلى اتصال ذو اتجاهين، فكما يتوقع تأثر المتلقي بمضمون الخطاب فإنه وبنفس الدرجة يتوقع تأثير المتلقي فيما تنتجه وسائل الإعلام والإعلاميين الذى قد يزداد قوة يوماً بعد يوم ارتباطاً بمصداقية الوسيلة الإعلامية ودقتها وسرعتها ومهارة العاملين فيها من الإعلاميين على إبداع أساليب متنوعة للجذب والتأثير في جمهورهم.

وبات احترام وثقة الجمهور يقابله دائماً المزيد من أعباء المسئولية على الإعلاميين حتى يحتفظوا بارتباط الجمهور ومساندته المادية والمالية للإعلاميين والوسيلة الإعلامية التي يعملون فيها[1].

8- الصراع بين حرية الممارسة الإعلامية والسلطة:

يجرى صراع دائم بين حرية الإعلام والقيود المفروضة من الدولة والمجتمع علي الممارسين له، مما يدفع المعنيين منهم بحرية الصحافة والإعلام إلى الاجتهاد على المستويين السياسي والتشريعي لاقتناص هذه الحرية ومحاولة إنهاء الصراع وتلبية مطالبهم.

إذ أن حرية الإعلامي هي التي تمكنه من أداء أدواره لخدمة الجمهور والمجتمع وتتيح له الوصول للمعلومات الصحيحة والمدققة والولوج إلى مناطق الخطر أو مواجهة أصحاب النفوذ بحثاً عن الحقيقة والرأي الحر وتوصيلهما إلى الجمهور.

وفى المقابل كانت القوانين والإجراءات والعقوبات وسيلة الدولة لتنظيم النشاط الإعلامي على خلفية مراقبته والتحكم في الترخيص للوسائل الإعلامية والحفاظ على حرمة الحياة الخاصة للمواطنين والثقافة والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع. إلا

1- محمد إبراهيم بسيوني، أساليب التنظيم الذاتي للإعلاميين وتأثيره على أخلاقيات الإعلام (القاهرة: معهد الاهرام الاقليمي للصحافة، يوليو، 2012)، دراسة منشورة، صحيفة الأهرام الرقمي، في الأحد 2014/1/5 4:00 am، ص 3.

http://digital.ahram.org.eg/Motnw3a.aspx?Serial=1390359&archid=58

أنه من الصعب ضبط الخطاب الإعلامي الموجه عبر وسائط الاتصال الحديثة كالإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

9- منظومة القيم والحريات:

يخضع العاملين بمجال الإعلام كغيرهم لمنظومة حقوق الإنسان المكفولة بالدولة التي يعمل بأراضيها وبصفة خاصة التي ترتبط منها بحرية الرأي والتعبير والإبداع والحق في المشاركة السياسية والاجتماعية وحق الحصول على المعلومات والحق في إنشاء الجمعيات والنقابات والحق في العمل والأجر المناسب والحق في التنمية المستدامة وغيرها.

كما تعود أهمية سعى الإعلاميين إلى التنظيم الذاتي لهم لتجنب إصدار قوانين تؤثر على حرية الإعلام من غير المتخصصين في المهنة وحتى يشارك الصحفيين والإعلاميين بوعى وإصرار في صياغة الوثائق الأساسية للنظام الجديد خاصة فيما يخص الحريات العامة وحرية الرأي والتعبير والنشر والبث والحصول على المعلومات وتداولها وحرية امتلاك الوسائل الإعلامية وغيرها من الحريات العامة[1].

10- آليات الضبط الذاتي لدى الإعلاميين:

تبرز أهمية أخلاقيات الإعلام وأساليب الضبط والتنظيم الذاتي للإعلاميين في كل الأحداث الهامة المجتمعية والتي تتعدد فيها وجهات النظر والرؤى ويتحمس كل طرف لصحة وجهة نظره ويكيل الاتهامات للإعلام والإعلاميين إذا ما اختلف بعضهم مع آرائه أو سلوكياته وتعرضت أخلاقيات الإعلام وأساليب الضبط الذاتي للإعلاميين لعثرات متعددة منذ ظهور الصحافة ارتباطاً بالنظم الإعلامية التي

1- نفس المرجع السابق، ص ص1 – 2.

ظهرت في دول العالم عبر الزمن[1]. إلى أن تبلورت أشكال التنظيم الذاتي للإعلاميين في معظم دول العالم في أربعة أشكال مستقرة هي:

- مدونة السلوك (Code of Conduct)
- كتيب تعليمات الكتابة (Text Book)
- ميثاق الشرف الصحفي (Code of Ethics)
- المنظمات الإعلامية (Organizations)

وهى أشكال تنظيمية ذاتية لا تلزم إلا أصحابها وتكون بمثابة قانون أخلاقي وسلوكي خاص لمن وضعوها وتأخذ قوتها التنفيذية من خلال التزام أخلاقي معنوي بالأساس يتطور إلى التزام مادى إذا ارتبط بصياغة إجرائية تنفذها جهة مقننة لها سلطة اتخاذ قرارات تحدد الثواب والعقاب على الملتزمين بوثيقة التنظيم الذاتي[2].

فالتنظيم الذاتي للإعلاميين هو الوسيلة الأفضل في ظل تزايد احتياجات المجتمع لإعلام فاعل ومسئول يجسد تطلعات الجمهور لحياة أفضل، ولن تتحقق الحرية إلا في إطار أداء إعلامي مهني أخلاقي يعالج اهتزاز صورته، وانطواء الإعلاميين تحت أشكال التنظيم الذاتي سيحقق لهم المهنية الواعية والسلوك الأخلاقي الصحيح والتأثير الإيجابي في المجتمع الذى سيدعمهم[3].

وأخيراً فضمان جودة الخطاب الإعلامي الموجه للطفل لن تتحقق إلا بتوافر إرادة مجتمعية وسياسية واعية بمستقبل وطن، إذ أن الاهتمام بما يبث لأطفالنا سيكفل بقدر ما تشكيل عقول تسعى للابتكار والتجديد وتحرص على الحفاظ على تراثها الحضاري وتدرك قيمة أرضها ووعيها بما يحميها من الانجراف بقوة تيار فكري أو سياسي ما يحض على اتباع سلوكيات غير منضبطة تؤذى وتشوه وجه الوطن.

1- المرجع السابق، ص 3.
2- المرجع السابق، ص 14.
3- المرجع السابق، ص 24.

الطفل ووسائل الاتصال والتثقيف السياسي

(تنوير - اغتراب)

مما لا شك فيه أن الاتصال والتثقيف السياسي للمراهقين بغرض إخبارهم كمواطنين بما يدور حولهم من أحداث وقضايا سياسية ماضية أو جارية يعد مهمة قومية تستهدف بناء المواطن الصالح لمجتمعه الذى يتوقف عليه الحفاظ على استقرار وبقاء هذا المجتمع. وبات هذا الأمر بالغ الأهمية في ظل تعدد مصادر المعلومات التي قد يعتمد المراهقين عليها للحصول على معلوماتهم السياسية، ويرى المؤلف أن موضوعية وحرية الإعلام نسبية، وأنه لا يوجد اتصال غير موجه؛ حيث يستهدف القائم بالاتصال تحقيق غايات محددة تمر من خلال رسالته - وإن كان بعضها نبيل - لتحدث تأثيراً ما لدي الجمهور من مستقبلي رسالته الاتصالية[1].

وتعتمد الدول على وسائل ومؤسسات التنشئة السياسية بهدف إحداث شيء من التطبيع السياسي لمواطنيها بما يحافظ على استقرار النظام السياسي فيها، وهذا النمط ليس بحديث؛ حيث ساد في المجتمعات البسيطة من خلال حواديت الجدات وقصص الخيال وغيرها التي كانت تروى للأطفال منذ الصغر[2]. وتنقل لهم تعاليم وعادات المجتمع وقيمه بما يحافظ على استقراره.

ومع الانتقال للحياة المدنية وتطور وسائل الاتصال ظهرت آليات جديدة يتم استخدامها لمحاولة إحداث ذات التأثير، منها التنظيمات المتمثلة في الأحزاب السياسية، أو المنظمات الشبابية ومؤسسات التنشئة كالمدارس، ودور العبادة والنوادي الاجتماعية والرياضية ومراكز الشباب والطلائع وغيرها، والمؤسسات الإعلامية التي نشأت بغرض تحقيق وظائف عدة على رأسها الإخبار، الذى يستلزم عملية نقل البيانات والمعلومات من طرف إلى طرف آخر، وقد تتعرض المعلومات لتحريف أو تشويه خلال عملية النقل هذه، وبالتالي قد تحدث آثاراً غير مرغوب

1- أشرف قادوس.علاقة المراهقين بوسائل الاتصال والتثقيف السياسي، مجلة أدب الأطفال: دراسات وبحوث، (القاهرة: مركز بحوث وتوثيق أدب الأطفال بالإدارة المركزية للمراكز العلمية، هيئة دار الكتب والوثائق القومية بوزارة الثقافة، العدد العاشر، فبراير 2015.

2- سيد أحمد عثمان. علم النفس الاجتماعي التربوي: التطبيع الاجتماعي. الجزء الأول.(القاهرة: 1986)، ص111.

فيها. بل أصبح لوسائل الإعلام دوراً في صياغة تصورنا للواقع[1]. الذى نعيشه من خلال ما تبثه من معلومات، ونبهت الأنظمة السياسية للدور الحيوي الذى تقوم به وسائل الاتصال في كيفية ادارك الأفراد للقضايا السياسية من حولهم، فأخذت تعتمد عليها لتصدير صور ذهنية إيجابية عنها وعن حكومتها بما يشعر المواطنين بالطمأنينة والأمان والاستقرار، في المقابل تحاول أنظمة سياسية أخرى تزيف الوعي السياسي لشباب وطليعة شعوب بعض الدول المعادية أو المنافسة لها، وظهر مصطلح الحروب الباردة، والحروب الإعلامية، والجيوش الالكترونية، وحرب المعلومات، الأمر الذى يستلزم معه الانتباه لما يتعرض له أطفالنا وبخاصة وهم في مرحلة المراهقة حيث يتصف الطفل المراهق بسرعة قابليته للاستهواء. وهذا ما يدعونا للوقوف على وسائل الاتصال والتثقيف السياسي للمراهقين والتعرف على علاقتهم بها.

لذا سيتم عرض موضوع الدراسة التي قمت بهاعبر ثلاثة أجزاء؛ الأول يتصدى للاطار المنهجي، والثاني يعرض للاطار النظري، أما الثالث والأخير فيتضمن النتائج التي تم التوصل إليها وما يوصي به المؤلف.

أولاً: الإطار المنهجي:

ويتضمن النقاط التالية:

- مشكلة الدراسة:

يعول على البرامج الإخبارية التي يقدمها التليفزيون المصري، أن تكون صمام أمن المعلومات واستقرار المجتمع؛ في حالة تسليمنا بحقيقة علمية مفادها أن الاتجاهات نحو القضايا السياسية تتشكل أولاً من خلال المعلومات التي تصل للفرد وهو ما

1- M. Sanchez. Agenda Setting.Journal of Communication.No.2.spring 2002.

يسمى بالمكون المعرفي للاتجاه، فسيتضح لنا أهمية الدور الذي تلعبه المعلومات في الحفاظ على أمن المجتمع واستقراره وخاصة لدى من هم في سن المراهقة.

لذا أجرى المؤلف دراسة سابقة بعنوان دور البرامج الإخبارية بالتليفزيون المصري في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا السياسية التي تعرضها، وتوصل إلى أن دور هذه البرامج ضعيف ومتراجع نسبياً أمام دور الإنترنت في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا السياسية التي ركزت على عرضها هذه البرامج خلال فترة إجراء الدراسة التحليلية ولحقت بدراسة أخرى ميدانية. في حين مازال هناك اعتقاد بأن التليفزيون له فعالية فريدة كوسيلة إعلامية لأنه وسيلة تعتمد على حاستي السمع والإبصار؛ وفقاً لاستحواذه على اهتمام كامل من جانب الجماهير أكثر من الوسائل الأخرى خاصة لدى الأطفال، فقد كشفت بعض الدراسات أن أغلب الأطفال وكثيراً من الكبار يميلون إلى أن يقبلوا بدون أي تساؤل جميع المعلومات التي تظهر في التليفزيون وتبدو واقعية ويتذكروا تلك المواد بشكل أفضل[1]. فبات المؤلف في حيرة من أمره نتيجة ما توصل إليه. من هنا جاءت الحاجة لإجراء دراسة استطلاعية لرصد وسائل الاتصال والتثقيف السياسي للمراهقين وعلاقتهم بها.

وتبلورت مشكلة الدراسة في التساؤل التالي:

ما علاقة الطفل المراهق بوسائل الاتصال والتثقيف السياسي؟

- أهمية الدراسة:

لما كانت وسائل الإعلام ترتبط بالظواهر السياسية والاجتماعية في المجتمع وتقوم بربط الأفراد داخل هذا المجتمععن طريق طرح مجموعة من القضايا المتعددة والأحداث الداخلية والخارجية. فهناك من يرى إن عملية تأثير وسائل الإعلام في الجمهور المستهدف تخضع لعوامل متعددة منها العامل الفكري، والمستوى

1- جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية، 1993)، ص 298.

التعليمي، والحالة الاقتصادية، وما سواها من خصائص المتلقي الذى باستطاعته استدعاء المعلومات السابقة التي تمكنه من ترسيخ أو تعديل أو تغيير آرائه المتفقه غالباً مع البيئة الاجتماعية والسياسية التي يعيش فيها الفرد، وبالتالي يكون للبيئة المحيطة بالجمهور دوراً كبيراً في توجيه آرائه وأحكامه نحو بعض القضايا والموضوعات بصورة مسبقة، إلا أن هذه الآراء لا تكون جامدة ونهائية عند غالبية الجمهور الذى يتكون لديه ثقافة أخرى موازية تتولد نتيجة احتكاكه واطلاعه على وسائل المعرفة المختلفة من كتب ووسائل إعلامية.

ومن هنا يمكن القول: إن الناس يعيشون ثقافتين في الوقت ذاته هما: قيم الثقافة الأولى المتوارثة منذ الطفولة من الأسرة والجماعات التي ينتمون إليها عبر عملية التنشئة، وقيم الثقافة القادمة عبر وسائل الإعلام التي تبدأ بدورها تدريجياً بتغيير أحكام الفرد تجاه الموضوعات والقضايا وتعديل الكثير من وجهة نظره حولها[1].حيث أنها تقدم قدراً كبيراً من المعلومات عما يدور حولنا وتقدم لجميع فئات المجتمع المواد الإعلامية والتثقيفية والترفيهية، ولهذا تصبح هذه الوسائل مناسبة أكثر للتأثير لأنها تضيف شيئاً لتصورنا للواقع.بالرغم من هذا فإن أهم وأصعب المشكلات التي تواجه الباحثين في مجال الاتصال الجماهيري دراسة التأثير؛ لأنه ليس في الإمكان دائماً دراسة السلوك الذى يحدث نتيجة للاتصال، فالباحث يقيس استجابة المتلقي اللغوية أو الرمزية ويحاول أن يخرج منها باستنتاجات عن معلومات المتلقي واتجاهاته التي تأثرت أو لم تتأثر. معنى هذا أنه لا يمكن في أحوال كثيرة ملاحظة التأثير بشكل مباشر، لذا قد يقنع الباحث بقياس الاستجابة اللغوية وحينئذ قد يجد نفسه يقيس متغيرات متداخلة معقدة بدون أن يقيس التأثير النهائي، فالاعتماد على عملية الاستنتاج من الاستجابة اللغوية أو اللفظية للمتلقي قد تجعل الباحث يخرج بنتائج غير دقيقة، وذلك لأن المتلقي لا يفصل أو يفرق في أحوال كثيرة بين التقرير والرأي أو بين الحقيقة والحكم عليها[2]. إلا أنها هذا لم يشكل

1- سالم عيسي بالحاج، الإعلام والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات في المجتمع الليبي (القاهرة: دار الفكر العربي، 2003)، ص91.

2- جيهان أحمد رشتي.مرجع سابق، ص575.

عائق أمام بعض الدراسات الوصفية التي تضمنت أحد جوانب علاقة المراهقين بوسائل الاتصال، وتم الاعتماد على بعضها لرصد وسائل الاتصال والتثقيف السياسي للمراهقين وعلاقتهم بها.

- أهداف الدراسة:

هدف الدراسة هو: التعرف على علاقة الطفل المراهق بوسائل الاتصال والتثقيف السياسي.

- تساؤلات الدراسة:

تساؤل الدراسة، هو: ما علاقة الطفل المراهق بوسائل الاتصال والتثقيف السياسي؟

- منهج الدراسة:

اتبع المؤلف المنهج التاريخي كمنهج رئيسي؛ ليلبي حاجة الدراسة لتتبع بعض الدراسات والبحوث السابقة بغية إخضاعها للتحليل، وتم الاستعانة بكل من المنهج الوصفي؛ لتوصيف علاقة المراهقين بوسائل الاتصال والتثقيف السياسي في ضوء ما توصلت إليه الدراسات والبحوث السابقة الخاضعة للتحليل، والمنهج المقارن؛ لمقارنة البيانات والمعلومات نتائج التحليل.

ويعرف المنهج التاريخي بأنه تقرير عن صحة البيانات المتوفرة عن ظاهرة إنسانية حدثت في الماضي بالقراءة والتأمل والتحليل والنقد. فهو طريق يتبعه الباحث في معلوماته عن الأحداث والحقائق الماضية وفي فحصها ونقدها وتحليلها والتأكد من صحتها وفي عرضها وترتيبها وتنظيمها وتفسيرها واستخلاص التعميمات والنتائج منها، وعليه فإن المادة التاريخية ليست هدف البحث العلمي، لكنها وسيلة إثبات

الفروض أو الوصول إلى النتائج[1].كما يعد منهج وثائقي يستقرئ عن طريقه الباحث، الوثائق ويحاللـــها ويســتخلص منهــا المعلومــات بعــد إخضــاعها لعمليــة الاســتدلال والاســتنباط العقلي[2]. يعتمد على المصادر الأوليـة والثانويـة ولا يعتـبر ضـعفاً إذا تـم إخضـاع المعلومـات للنقد والتحليل، ومن عيوبه أنه من الصعب الوصول إلى نتائج تصلح للتعميم[3].

- أسلوب الدراسة:

اعتمد المؤلف في إجرائه لهذه الدراسة على أسلوب التحليل النظـري المكتبـي لمـا توصـلت إليه الدراسات والبحوث السـابقة المرتبطـة بشـكل مبـاشر أو غـير مبـاشر بموضـوع الدراسـة، وجاءت كأحد مفردات عينة الدراسة الخاضعة للتحليل.

- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة بشـكل رئـيسى إلى الدراسـات الاسـتطلاعية؛ حيـث لم يسـبقها دراسـة أخرى أجريت على نفس موضوع الدراسة التي تبحـث عنـه. أمـا مـن حيـث طبيعـة البحـث فتنتمي لكل من:

1- علي معمر عبد المؤمن، البحـث في العلـوم الاجتماعيـة: الـوجيز في الأساسـيات والمنـاهج والتقنيـات، ط 1(مصراته: منشورات جامعة 7 أكتوبر، 2008) ص 279، 280.

2- السيد أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط1 (بني غـازي، منشـورات جامعة قار يونس ببنغازي، 1994) ص 186.

3- علي معمر عبد المؤمن، مرجع سابق، ص 285.

البحوث النظرية "التي يقوم الباحث بها من أجل الإحاطة بالحقيقة العلمية دون النظر للتطبيقات العلمية لها، وعليه لا يكون لها هدف تطبيقي مقصود، ولا تقوم على أي قاعدة تطبيقية وإنما تقدم فائدة بتوسيع المعرفة النظرية"[1].

والبحوث الوصفية؛ حيث يستهدف الاستطلاع وصف علاقة الطفل المراهق بوسائل الاتصال والتثقيف السياسي. وتعرف الدراسات الوصفية "The descriptive studies" بأنها تصف ظاهرة معينة[2].

وتهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة ما بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها[3]. وعليه تتفق هذه الدراسة مع "الغالبية العظمى من بحوث الإعلام والرأي العام التي اتبعت المنهج الوصفي"[4].

- مجتمع الدراسة:

جميع الدراسات غير المنشورة، والبحوث المنشورة بدوريات علمية، والكتب التي تناولت أحد الموضوعات المرتبطة بموضوع الدراسة بشكل مباشر أو غير مباشر ومتاح الاطلاع عليها بالمكتبات الجامعية المركزية بالقاهرة الكبرى، وتتعلق بمجال الاتصال والإعلام أو الطفولة وعلم نفس الطفل والمراهقة، سواء كانت باللغة العربية أو بالإنجليزية.

1- وجيه محجوب. أصول البحث العلمي ومناهجه. (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006) ص 40.

2- محمد الوفائي. مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية.ط1. (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1989) ص94.

3- سمير محمد حسين. بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. (القاهرة: عالم الكتب، 1995)، ص131.

4- فرج الكامل. بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها. ط1.(القاهرة: دار النشر للجامعات، 2001) ص121.

- عينة الدراسة:

نوع العينة: عينة عمدية.

أسلوب سحب العينة:عمدي؛ وفق ما تمكن للباحث الاطلاع عليه من دراسات وبحوث وكتب تناولت أحد الموضوعات المرتبطة بموضوع الدراسة بشكل مباشر أو غير مباشر، ومتاح الاطلاع عليها بالمكتبات الجامعية المركزية لجامعات القاهرة وعين شمس وحلوان، في حدود امكانات المؤلف (كفرد) ومحل إقامته بمصر.

حجم العينة:

بلغ حجمها عدد (75) مصدر، شمل دراسات غير منشورة وبحوث منشورة بدوريات علمية وكتب، خضع محتواها للتحليل النظري.

التعريفات الإجرائية لبعض مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

الطفل المراهق:

يقصد به كل إنسان لم يتجاوز عمره 18 عام ويمر بمرحلة المراهقة.

التثقيف السياسي:

يقصد به العمليات التي تحدث إمداد الفرد بمعلومات سياسية، مما يسهم في تشكيل معرفته السياسية أو تشكيل اتجاهاته السياسية نحو الموضوعات والمشكلات والقضايا السياسية. سواء أحدثت أثرًا فوريًا أو مؤجلًا، مما قد يؤثر على ما يتخذه من قرارات تتعلق بأحد الموضوعات السياسية، أو تترك أثراً في حياته مستقبلاً فتحفزه على المشاركة السياسية أو تدفعه لعدم المشاركة في المجتمع الذي يعيش فيه.

مؤسسات التثقيف السياسي:

يقصد بها المؤسسات الرسمية، التي ينوط بعملها تولي مسئولية التثقيف السياسي، ومنها: المدرسة، الأحزاب السياسية، ووسائل الإعلام. والمؤسسات الأخرى غير الرسمية، التي لا ينوط بدورها تولي مسئولية التثقيف السياسي، لكنها قد تشارك في التثقيف السياسي للمراهقين، ومنها: الأسرة والأصدقاء وجماعات الانتماء كالنوادي الرياضية والاجتماعية والكشافة ومنظمات الطلائع والإنترنت وغيرها.

الدراسات السابقة:

لم يجد المؤلف دراسة سابقة تناولت موضوع هذه الدراسة بدقة وشمولية، وهذا ما دفعه لإجراء دراسة استطلاعية.

ثانيًا: الإطار النظري:

تشكل أدبيات علم نفس الطفل والمراهقة التي تمكن المؤلف من الاطلاع عليها الإطار النظري لهذه الدراسة، وسيتم الاكتفاء بعرض كل من مفهوم مرحلة المراهقة وحدودها العمرية وتقسيماتها، على النحو الآتي:

أ- مفهوم مرحلة المراهقة:

كلمة مراهقة "Adolescence" مشتقة من الفعل اللاتيني "Adolescere"، ومعناها التدرج نحو النضج الجسمي والعقلي والانفعالي والاجتماعي، ويعني مصطلح المراهقة كما يستخدم في علم النفس مرحلة الانتقال من مرحلة الطفولة إلى مرحلة

الرشد والنضج؛ لذا تعد المراهقة مرحلة تأهب لمرحلة الرشد[1]. وهناك من يرى مرحلة المراهقة باعتبارها أهم مراحل النمو التي يمر بها الإنسان (الطفل) على الإطلاق[2].

وتمثل فترة المراهقة أهمية كبيرة للفرد؛ لأنه خلالها يحاول أن ينشئ لنفسه مفهوماً عن ذاته، ويكون فكرة عما هو عليه، وعما ينتظر أن يكون في المستقبل، بهذا المعنى تعد هذه المرحلة الميلاد الحقيقي للكائن البشري[3]. وهذا ما أكده بعد ذلك صلاح مخيمر (1986) الذي رأى أن مرحلة المراهقة انتفاضة في وجه ماضي المراهق السابق ينتزع بها المراهق وجوده ميلادياً[4]. ويرى "حامد زهران" أن التراث العلمي السابق لسيكولوجية المراهقة لدى بعض الباحثين في مصر تأسس على وجهة نظر "ستانلي هال Hall" (1904) "مؤسس حركة دراسة الطفل في أمريكا" عندما وصف المراهقة بأنها: فترة عواصف وتوتر وشدة تكتنفها الأزمات النفسية وتسودها المعاناة والإحباط والصراع والقلق والمشكلات وصعوبات التوافق، بسبب تغيرات البلوغ. لذا قد يرصد البعض مجموعة من التناقضات في حياة المراهق[5].

وهذا ما يرجعه شاكر عبد الحميد (1989) إلى ما يعرف باضطرابات الهوية لدى المراهقين؛ حيث يذكر أن في نهاية مرحلة الطفولة يظهر ما يسمى عند "إريكسون" الإحساس باضطرابات الهوية، حيث يبدأ الأطفال في التشكك والتساؤل عن أدوار ونشاطات النماذج (القدوة) التي كانوا يتوحدون معها في المراحل السابقة، ويحاولون القيام بأدوار جديدة، ومن ثم يرتقي إحساس جديد بالهوية أو الذاتية،

1- حامد عبد السلام زهران. علم نفس النمو الطفولة والمراهقة، ط6 (القاهرة: عالم الكتب، 2005)، 337.

2- نبيلة أمين علي أبو زيد. الدوافع النفسية والاجتماعية المرتبطة باستخدام أجهزة الاتصال الحديثة لدى المراهقين. مجلة علم النفس. العددان (65، 66). يناير-يونيه 2003. (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب،2003)، ص 78.

3- عزيزة محمد السيد. بناء مقياس للاتجاهات الوالدية إزاء الفتاة المراهقة، رسالة ماجستير غير منشورة،(جامعة عين شمس: كلية البنات، 1975)، ص3.

4- صلاح مخيمر. تناول جديد للمراهقة، ط3،(القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1986)، ص19.

5- حامد عبد السلام زهران، مرجع سابق، ص339.

ويتأثر الفرد إبان انتقاله من الطفولة إلى المراهقة بعدد من القيود الاجتماعية، التي تتسبب غالباً في معاناة المراهق من اضطراب الأدوار[1].

وتلخص أحلام عبد السميع (1996) ما سبق بقولها في وصف المراهق، بأنه من السواء ألا يكون المراهق سوياً في مرحلة المراهقة ومن غير الطبيعي أن يكون طبيعياً[2].

ب- الحدود العمرية لمرحلة المراهقة:

اختلف بعض علماء نفس النمو على كل من بداية ونهاية مرحلة المراهقة، حتى توصلوا لاتفاق عام فيما بينهم، فسابقاً أشارت "عزيزة السيد" (1975) إلى أن مرحلة المراهقة مرحلة غير محددة البناء، ولذلك يكون من الصعب أن نحدد تحديداً دقيقاً السن التي تبدأ فيها[3].

ثم فيما بعد يذكر "عبد السلام زهران" (2005) أنه من السهل تحديد بداية المراهقة ولكن من الصعب تحديد نهايتها، ويرجع ذلك إلى أن بداية المراهقة تتحدد بالبلوغ الجنسي، بينما تتحدد نهايتها بالوصول إلى النضج في مظاهر النمو المختلفة، كما يرى أن مرحلة المراهقة تمتد في العقد الثاني من حياة الفرد من الثالثة عشرة إلى التاسعة عشرة تقريباً، أو قبل ذلك بعام أو عامين أو بعد ذلك بعام أو عامين أي بين (11 -21 سنة)؛ ولذلك تعرف المراهقة أحياناً باسم "Teen Age"، والمراهقون باسم "Teen Agers"[4].

1- شاكر عبد الحميد. الطفولة والإبداع. ط2. (الكويت: الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية، 1989)، ص31.

2- أحلام عبد السميع مصطفي. الاغتراب عند المراهقات الصم والعاديين: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 1996). ص5.

3- عزيزة محمد السيد. مرجع سابق، ص11.

4-حامد عبد السلام زهران. مرجع سابق. ص337.

في حين أن هناك من حدد نهاية لمرحلة المراهقة كإبراهيم قشقوش (1980) بقوله إن المراهقة مرحلة ذات طبيعة بيولوجية واجتماعية على السواء إذ تتميز بدايتها بحدوث تغيرات بيولوجية عند البنات والأولاد، وهذه الفترة الزمنية تضم الأفراد ما بين 12 – 18 سنة، ومن الوجهة النفسية تضم أولئك الأفراد الذين أنهوا مراحل الطفولة[1].

و بدا أن هناك اتفاق بين معظم علماء النفس على أن بداية فترة المراهقة تتحدد بين حدوث التغيرات الجسمية التي هي نتاج لتغيرات هرمونية وتتم بواسطة الهرمونات الجنسية وما يتتبعها[2]. ويبدو أن هناك إجماع آخر من قبل جميع الباحثين بعلم النفس – واتفق معهم- باعتبار المراهقة هي فترة النمو الحادثة بين الطفولة والرشد، وتبدأ ببداية البلوغ إلا أن نهايتها ليست في تمام وضوح بدايتها. كما أن تلك البداية والنهاية لا تتم في نفس الوقت لدى كل شخص، وهناك من يوصف مرحلة المراهقة باعتبارها كوبري ما بين الطفولة والرشد، يجب على الأفراد أن يعبروه قبل أن يأخذوا أماكنهم كناضجين مسئولين[3].

ج- تقسيم مرحلة المراهقة:

يمكن تصور المراهقة على أنها إحدى الحلقات في دورة النمو النفسي، تتأثر بالحلقات السابقة وتؤثر بدورها في الأخرى التالية لها. وهذا ما يؤكده حامد زهران (2005) بقوله إن كنا نتحدث عن مرحلة المراهقة كوحدة متكاملة مع ما قبلها وما

1- إبراهيم قشقوش. سيكولوجية المراهقة. (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1980)، ص5.

2- انظر كل من: أحلام عبد السميع مصطفي. مرجع سابق، ومحمد حمودة. الطفولة والمراهقة: المشكلات النفسية والعلاج. ط2. (القاهرة: مركز الطب النفسي والعصبي للأطفال، 1998)، ومنال محمود أحمد. علاقة التحرر/ المحافظة بالعنف لدى المراهقات: دراسة نفسية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية البنات، 1993).

3- نبيلة أمين علي. مرجع سابق، ص78.

بعدها من مراحل النمو، فإن بعض الدارسين يقسمونها تقسيماً اصطناعياً؛ بقصد الدراسة إلى ثلاث مراحل فرعية، ويفضل منها ما يقابل المراحل التعليمية المتتالية:

- مرحلة المراهقة المبكرة: من سن12 - لأقل من 15، وتقابل المرحلة الإعدادية.
- مرحلة المراهقة الوسطى: من سن15- لأقل من 18، وتقابل المرحلة الثانوية.
- مرحلة المراهقة المتأخرة: من سن18- لأقل من 21، وتقابل المرحلة الجامعية.

لذا يرى أن مرحلة المراهقة تنتهي تقريبًا عند عمرواحد وعشرون عاماً؛ حيث يصبح الفرد ناضجاً جسمياً وفسيولوجياً وجنسياً وعقلياً وانفعالياً واجتماعياً. ويستند التقسيم السابق على قول أرنولد جزيل وآخرون ."Gesell et al" (1956) الذى درس قوانين النمو في المراهقة في كتاب "الشباب من العاشرة إلى السادسة عشرة"، ونبهوا إلى الحرص عندما نأتي إلى هذه التقسيمات، إلا أن "زهران" يحذر من تعميم معايير النمو ومعدلاته التي تسود في مجتمع من المجتمعات الأخرى أو بيئة من البيئات الأخرى؛ إذ أن مشكلات النمو التي يواجها المراهق الإنجليزي تختلف ولا شك عن تلك التي يواجها المراهق المصري، وعليه فإن التعميم وصب كل المراهقين في قالب واحد يعتبر من الأخطاء التي يجب أن ننتبه إليها[1].

ثالثًا: نتائج الدراسة:

بعدما تم إخضاع الدراسات والبحوث والكتب عينة الدراسة للتحليل النظري متبعاً طريقة الاستدلال الذي يعرف بأنه عملية تفكير تتضمن الوصول إلى نتيجة من مقدمات معلومة إلى مجهولة، وضرب من ضروب التفكير الذي يستهدف حل مشكلة حلاً ذهنياً عن طريق الرموز والخبرات السابقة[2].

1- حامد عبد السلام زهران.مرجع سابق، ص 342، 343.

2- وجيه محجوب، مرجع سابق، ص301.

فتم الاستدلال على نتائج هذه الدراسة، وجاءت على النحو التالي:

1- المصادر غير الرسمية للاتصال والتثقيف السياسي للمراهقين، وعلاقتهم بها:

أ- الأسرة:

جاءت الأسرة في طليعة العوامل التي تؤثر في التنشئة الاجتماعية والسياسية للمراهقين فيما يتعلق بحل المشاكل التي تواجههم، تليها المدرسة فالأصدقاء والمعارف، ثم تأتي وسائل الإعلام في دور متأخر[1]. كما أن المصدر الأول لتزويد عينة المراهقين من محافظتي أسيوط وقنا بالمعلومات السياسية ارتبط بالأسرة التي تفوقت على الوسائل الأخرى؛ ومنها وسائل الاتصال الجماهيري، وبالتالي فالمعلومات السياسية لم تأت في أولويات المراهقين الذين يحرصون على المعلومات الدراسية بشكل أكبر منها.

كما يعد أفراد الأسرة هم الأكثر مناقشة للموضوعات السياسية مع عينة المراهقين، وتبين وجود فروق دالة بين عينتي الذكور والإناث في مستوى تزويد الأسرة بالمعلومات السياسية لصالح الذكور الأكثر حصولاً على الأخبار والمعلومات السياسية من الأسرة مقارنة بالإناث[2].

إلا أنه مع زيادة عمر الطفل المراهق بمصر قد تختلف ثقافته كأقرانه في بعض البلدان العربية وتحديداً بكل من سوريا- لبنان- الأردن، في ضوء ما تشير إليه إحدى الدراسات من تتراجع دور الأسرة العربية في عصر الاتصالات التفاعلية عما كانت عليه

1- أحمد محمد حسنين. دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية والسياسية وتأثيرها على المراهقين: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الإسكندرية: كلية الآداب، 2001)، ص315.

2- مصطفى عبد الحميد.الأساليب الأسرية والتنشئة الاجتماعية والسياسية للمراهقين: دراسة ميدانية مقارنة. رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب، 2002) ص290.

فيما يخص التنشئة السياسية لأبنائهم فوق 18 سنة، حيث غابت عن تكوين اتجاهات الأفراد السياسية فيما يخص النظام والحكومة، وتأكدت هذه النتيجة من خلال اتجاه (79.9%) من أفراد العينة نحو الأحزاب، بل جاءت اتجاهاتهم على عكس اتجاهات أولياء أمورهم، كما توصلت هذه الدراسة لزيادة تأثير الأصدقاء والمعارف كوسيط عن التلقي المباشر للمعلومات من الإنترنت، حيث تُبنى معتقدات المبحوثين بناء على المعلومات التي يتلقوها من شبكة المعلومات وخاصة التي تنقل إليهم من أصدقائهم، وفيما يتعلق بتكوين معارفهم السياسية فلم تلغى شبكة الإنترنت دور وسائل الاتصال التقليدية لدى الجمهور، كما لم يتأثر دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية، مع ملاحظة أن هذا الدور يتأثر بنوعية الأسرة ذاتها؛ حيث يزداد مع الأسر النقاشية التي تناقش أولادها عن الأسر الاستبدادية التي يغيب فيها النقاش[1].

وهذا ما اتضح أيضاً بنتائج إحدى الدراسات الحديثة بالولايات المتحدة الأمريكية التي أجراءها "ميشيل ما كدافيد، Michael Mc davit" (2006) وعنوانها الطفل المتحزب: استثارة التنمية كنموذج للتنشئة السياسية؛ فتوصل من خلالها إلى أن المراهقون يستطيعون بواسطة المناقشات الأولية أن يستنتجون معلومات من أحد الوالدين كقواعد بيانات تساعدهم في فهم الحملة الانتخابية، ومقارنة انعكاسات المناظرات السياسية، وأن كل هذه الأنشطة المرتبطة بمناقشات الوالدين ربما تكون أكثر سرعة وإفادة من العمل الدعائي لبعض الأحزاب السياسية، الأمر الذى يؤكد أن هذه المناقشات من المحتمل أن تزيد إمكانية بناء المراهقين لهويتهم السياسية[2].

1- أيمن صالحاني. الأسرة في مواجهة الإنترنت: الأدوار المتبادلة للتنشئة الاجتماعية والسياسية في عصر الاتصالات التفاعلية. ط1. (بيروت: طبعة خاصة، 2005).

2- MichaelM.C.Davit. The Partisan Child Developmental Provocation as a Model of Political Socialization, International Journal of Public Opinion Research, Vol. (18), No(1), Spring, (2006), pp.67-88.

وعندما هدفت إحدى الدراسات[1]. للتعرف على دور المدرسة الثانوية في تنمية الوعي السياسي، بالمقارنة بين طلاب التعليم الثانوي العام والصناعي، وذلك عبر قراءة أثر الخدمة الاجتماعية المدرسية في عملية التنشئة السياسية لزيادة الوعي السياسي لدى الطلاب، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها (100) مفردة من المراهقين في المرحلة الثانوية ممن تتراوح أعمارهم بين (15-18 سنة)، مقسمة إلى (50) طالب من مدرسة الشهيد عبد المنعم رياض الثانوية، و(50) طالب من مدرسة الثانوية الصناعية بالقاهرة.فوجدت أن وسائل الإعلام تعتبر المصدر الأول للمعلومات السياسية، كما اتضح ثمة فروق بين الذكور والإناث في حجم المعلومات السياسية المختلفة المستمدة سواء في المدرسة الثانوية العامة أو الثانوية الصناعية. كما اتضح أن معظم الكتب الدراسية تخاطب الذكور أكثر من الإناث وذلك ما يولد لديهم المعرفة وحب المشاركة أكثر، ومن هنا اتضح أنه يوجد فروق بين كلا الجنسين لصالح الذكور في الإقبال على المشاركة السياسية، (86.19%) للذكور مقابل (61.57%) للإناث، بينما لا يساعد محتوى الكتب الدراسية على إعداد المواطن ضمن مجتمع ديمقراطي لأنه ضحل من حيث المحتوى السياسي، ومدى التشجيع على المشاركة السياسية، كما لا يوضح حقوق الفرد وحرياته، أو واجباته، مما لا يمكنه من الوعي بتفاصيلها مستقبلاً.

وعندما سعت دراسة أخرى[2].للتعرف على أثر التليفزيون على النشء في مجالات عدة، أبرزها التنشئة الاجتماعية ودور الأسرة وتأثيره في السلوك والتوعية والتعلم، عبر استطلاع آراء (600) من الأطفال و(600) من الشباب و(300) من الآباء والأمهات.

1- عرفات زيدان خليل. دور المدرسة الثانوية في تنمية الوعي السياسي لدى الطلاب: دراسة مقارنة بين التعليم الثانوي العام والتعليم الصناعي، أعمال المؤتمر السابع للبحوث السياسية، الثقافة السياسية في مصر بين الاستمرارية والتغيير، (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 1994)، ص 986.

2- عبد العزيز كمال وعبد الباسط عبد المعطي وشكري سيد حمد وعبد الرحمن يوسف درويش وحسن علي بابكر. أثر البرامج التليفزيونية على النشء والشباب: دراسة استطلاعية لآراء عينة من المشاهدين في المجتمع القطري. (جامعة قطر: مركز البحوث التربوية، 1994).

وجدت أن دوافع مشاهدة الأهل للتليفزيون القضاء على العزلة بينما كانت بين الشباب للترفيه والتسلية ولدى الأطفال لمشاهدة أشياء يحبوها، و(81.9%) من أولياء الأمور لا يسمحون لأبنائهم بمشاهدة التليفزيون متى يشاءون، كما ذكر (66.9%) من عينة الشباب أنهم لا يتأثرون بما يشاهدونه في التليفزيون، بينما تأثر النشء بأبطال المسلسلات التي يشاهدونها، وشخصيات البرامج بنسبة (67.4%)، في حين يرى الآباء أن أكثر ما يتعلمه أبنائهم من التليفزيون المعلومات العامة، واتفق الشباب معهم في ذلك، عكس النشء التي ترى فيه تعلم العقائد الدينية.

ب- الأصدقاء وجماعات الانتماء:

يرتبط هذا الرافد بنوع المراهق (ذكر/ أنثى)؛ حيث يتدخل النوع في العلاقة والأهمية النسبية لدور الأصدقاء كرافد لتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا السياسية نحو المحتوى التليفزيوني، ففي الدراسة التي قام بها " وانتا وتشانج" عام 2000، وجدا أن الرجال الذين يعتمدون بشكل أكبر على الأصدقاء للحصول على المعلومات والذين عادة ما يشاهدون أخبار التليفزيون المحلى، هم أكثر استجابة للمؤثرات الموجودة في المحتوى الإعلامي. أما بالنسبة للنساء ذات السن الصغير وذات الدخل المرتفع يكون اعتمادهن على الأصدقاء للحصول على المعلومات قليلاً وغالباً لا يتعرضن لقراءة الصحف[1]. ويرجع أهمية الدور الذي تلعبه جماعة الأصدقاء في حياة المراهق إلى عوامل عدة منها الوقت الذي يمضونه سويًا، التوحد أو التشابه في الاحتياجات النفسية والمطالب الاجتماعية مع اختلاف مستوياتها وعوامل أخرى، إلا أن الأهم أن العلاقة بين المراهقين تحتوي على عمليات عدة من الاتصال الشخصي المعتمد على النقاش والذي قد يؤثر بدوره على تعرضهم للموضوعات السياسية.

1-Wanta and Chang. Individual Variables and the Second–Level of Agenda- Setting, Public Opinion Research Quarterly, Cairo University: Faculty of Mass Communication, Vol.1, No. 2, April- June, 2000. Pp.55- 75.

وهذا ما ذهب إليه "باترك روسلير" في الدراسة التي أجراها عام 1999 بألمانيا عـلى (900) مواطن، فوجد أن تقييم الجمهور لأهمية الموضـوع في إحـدى الشـبكات الاجتماعيـة يسـاهم بشكل فعال في إدراك الفرد لأهمية الموضـوع معتمـداً عـلى نـوع الموضـوع، كـما أن مسـتوى الاتصال الشخصي المرتفع يتفق مع وجود علاقات قويـة بـين أجنـدة وسـائل الإعـلام وأجنـدة الجمهور، وأن الموضوع الجـاد المتعلـق بظـروف الحيـاة مـرتبط إيجابيـاً بكميـة النقـاش مـع الآخرين، وأن كمية النقاش مع الآخرين تزيد من أهمية الموضوع لدى الأفراد، وهذا يعد مـن العوامل المؤثرة في أجندة الموضوعات لدى الجمهور، فهناك آثار مباشرة ومحددة على أجنـدة الجمهور ناتجة عن عرض وسـائل الإعـلام لموضـوع مـا ترجـع لأهميـة الموضـوع نفسـه لـدى الجمهور، وعندما تتبع آثار عملية وضع الأجندة وجدها تكون عالية إلى حد مـا لـدى الأفـراد ذوى المستوى المرتفع من الاتصال الشخصي[1].

وهذا ما يرتبط بالدراسة التي قام "مكسـويل مـاك ومـبس" في نفـس العـام أيضـاً (1999) عندما هدف للتعرف على أهم الدوافع الشخصية التي تـؤثر عـلى اهـتمام الجمهـور بمشـكلة معينة، واستخدم مجموعة مكونة من سبعة أسئلة متطورة تقـيس هـذه الـدوافع الشخصـية وثبت افتراضه بأن هناك دوافع لها دور في تكوين أجندة الجمهـور وهـي: المصـلحة الخاصـة، الواجب المدني، الهوية، المشاعر، تأثير الرفيق؛ حيث وجد أن هناك بروز نسبى لهـذه الـدوافع عندما كان موضوع الاقتصاد مسـيطراًعلى أجنـدة الجمهـور عـام 1992، وأن هنـاك تشـابه في بروز هذه العوامل عنـدما أعـاد تطبيـق بحثـه عـام 1996 وكانـت مشـكلة الجريمـة مرتبطـة بموضوع الاقتصاد[2].

1- Patrick, Roessler. The Individual agenda Designing Process, Communication Research, Vol. 26, No. 6, December 1999. Pp. 666- 700.

2- Maxwell McCombs. "Personal Involvement with Issues on the Public agenda International, Journal of Public Opinion Research, Vol. (11), No. 2, summer 1999, Pp.153- 167.

ج- الانترنت:

توصلت نبيلة أمين على (2003) إلى أن (19%) مـن المـراهقين الـذكور، و15% مـن الإنـاث قالوا بـأنهم يسـتخدموا وسـائل الاتصـال الحديثـة (الكمبيـوتر- الإنترنـت- المحمـول) للـتعلم والتعرف على معلومات وأشياء جديدة لا يعرفونها من قبل والاستفادة من خـبرات الآخـرين، وأشار (18%) من الآباء إلى هذا الدافع من وجهة نظرهم، كما أشار (8%) من الذكور، مقابـل (6%) من الإناث إلى أن دوافع اسـتخدامهم لهـذه الوسـائل الحديثـة، أنهـا تتـيح لهـم فرصـة التعرف على ما يحدث في العالم الخارجي وعلى أحوال البلـد والأسـعار وتعلـم أشـياء جديـدة والطريقة التي يحل بها الناس في البلاد الأخرى مشاكلهم، والأحداث العربية والعالمية التـي لا يمكن معرفتها إلا من خلال الإنترنت والكمبيوتر والدش عن طريق القنوات المتخصصة[1].

2- المصادر الرسمية للاتصال والتثقيف السياسي للمراهقين، وعلاقتهم بها:

أ- المؤسسات التعليمية:

يهدف تعليم الطفل بمختلف مراحل التعليم إلى تحقيق الغايات التالية، وفقاً لـنص المـادة (53) من قانون الطفل 126 لسنة 2008:[2]

- تنمية شخصية الطفل ومواهبه وقدراته العقلية والبدنية إلى أقصى إمكاناتها، مع مراعـاة اتفاق برامج التعليم مع كرامة الطفل وتعزيز شعوره بقيمتـه الشخصـية وتهيئتـه للمشـاركة وتحمل المسئولية.

- تنمية احترام الحقوق والحريات العامة للإنسان.

1- نبيلة أمين على أبو زيد. مرجع سابق. ص ص 72 – 91.

2- قانون رقم 12 لسنة 1996 بإصدار قانون الطفل والمعدل بالقانون رقم 126 لسنة 2008 الطفل رقم 12 لسنة 1996، مرجع سابق،ص 19.

- تنمية احترام الطفل لذويه ولهويته الثقافية ولغته وللقيم الدينية والوطنية.

- تنشئة الطفل على الانتماء لوطنه والوفاء له، وعلى الإخاء والتسامح بين البشر، وعلى احترام الآخر.

- ترسيخ قيم المساواة بين الأفراد وعدم التمييز بسبب الدين أو الجنس أو العرق أو العنصر أو الأصل الاجتماعي أو الإعاقة أو أي وجه آخر من وجوه التمييز.

- تنمية احترام البيئة الطبيعية والمحافظة عليها.

- إعداد الطفل لحياة مسئولة في مجتمع مدني متضامن قائم على التلازم بين الوعي بالحقوق والالتزام بالواجبات.

- كما تنص المادة (54) بأن التعليم حق لجميع الأطفال بمدارس الدولة بالمجان.

أما أهداف مرحلة التعليم الثانوي بنفس القانون، فهي:

- مادة (61):

تهدف مرحلة التعليم الثانوي العام إلى إعداد الطلاب للحياة العملية وإعدادهم للتعليم العالي والجامعي والمشاركة في الحياة العامة، والتأكيد على ترسيخ القيم الدينية والسلوكية والقومية.

- مادة (62):

يهدف التعليم الثانوي الفني أساسا إلى إعداد فئة من الفنيين في مجالات الصناعة والزراعة والإدارة والخدمات، وتنمية الملكات الفنية لدى الدارسين.

علماً بأن المادة السابقة لهما مادة تنص على أن التعليم الأساسي يهدف إلى تنمية قدرات واستعدادات التلاميذ وإشباع ميولهم وتزويدهم بالقدر الضروري من القيم والسلوكيات والمعارف والمهارات العلمية والمهنية التي تتفق وظروف بيئاتهم المختلفة بحيث يمكن لمن يتم مرحلة التعليم الأساسي أن يواصل تعليمه في مرحلة

أعلى وأن يواجه الحياة بعد تدريب مهني مناسب وذلك من أجل إعداد الفرد لكي يكون مواطنا منتجا في بيئته ومجتمعه[1].

إلا إن إحدى الدراسات السياسية التي اهتمت بالتعرف على دور المدرسة في التنشئة السياسية بمرحلة التعليم الأساسي، وقد أجريت عام 1990، توصلت إلى أن النظام التعليمي المصري يعكس ويدعم بأساليبه المختلفة وفي مقدمتها محتوى المقررات الدراسية عبر المراحل التاريخية المتتالية (1952-1981) وعياً واضحاً بالأيدولوجية الرسمية، بل وتربى المقررات الدراسية الطلاب على ثقافة الخضوع والسمع والطاعة، والإذعان دون مناقشة لرموز السلطة السياسية أو المدرسية، كما أوضحت أن المشاركة الإيجابية للطلاب في الأنشطة المدرسية المختلفة، كالأناشيد الوطنية، وتحية العلم، وطابور الصباح، تؤدى دوراً مهماً في خلق نوع من حرية الحوار والتنافس والاختيار والإحساس بالمسئولية وذلك ما يهيئ الطلاب للمشاركة في الحياة السياسية مستقبلاً[2].

هذا في مقابل ما توصلت إليه دراسة هيثم عبد الحكيم، 2004، فيما يتعلق بأهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام المدرسي في زيادة الوعي السياسي لدى عينة دراسته من المراهقين المكفوفين، والتي يشارك (80%) منهم في أنشطتها وعلى وجه التحديد بالإذاعة المدرسية، كما وجدت الدراسة فروق في مستوى التنشئة السياسية بين المراهقين المكفوفين الذين يشاركون في وسيلة واحدة والذين يشاركون في أكثر من وسيلة لصالح المجموعة الأخيرة، كما تفوق الذكور على الإناث في مستوى التنشئة السياسية[3]. أما خلال المرحلة التالية من عمر المراهق (مرحلة الدراسة الجامعية)

1- نفس المرجع السابق، ص20، 21.

2- إيمان نور الدين محمود. دور المدرسة في التنشئة السياسية: مرحلة التعليم الأساسي، دراسة حالة مقارنة بين المدارس الحكومية والمدارس الخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 1990) ص298-320.

3- هيثم ناجي عبد الحكيم. "دور الإعلام المدرسي في التنشئة السياسية للمراهقين المكفوفين: دراسة مسحية".رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2004). ص269.

فلم يثبت صحة الفرض القائل بتأثير وسائل الاتصال التفاعلي (الإنترنت) على دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية والسياسية التقليدية فيما يخص المؤسسة التعليمية كالجامعة؛ حيث تبين أن للجامعة تأثيرها الأكبر في تنشئة البالغين الذين تزيد أعمارهم عن 18 سنة[1].

كما قامت إحدى الدراسات[2]. على فرضية أن تعرض الطالب لمنهج التربية الوطنية يؤدى إلى زيادة النقاش بين الآباء والطلاب، وزيادة درجة قراءة الطالب للصحف ودرجة مشاهدته للتليفزيون والاهتمام بأخبار الحملة الانتخابية والمعرفة المتعلقة بالانتخابات، إضافة إلى أن تأثيرات المنهج تكون أقوى بين طلاب المكانة الاقتصادية والاجتماعية المتدنية أكثر من الأقل تعلماً أو غير المهتمين بالسياسة، وقد تم قياس ذلك من خلال مقاييس عدة حول معدل القراءة ومشاهدة أخبار التليفزيون والاهتمام بها، وتذكر التعلم حول العملية السياسية، والمعرفة الانتخابية، إضافة إلى مقياس مؤلف من درجتين يقيس درجة نقاش الطلاب السياسي البالغ عددهم (490) طالب متطوع مع الآباء التي تمت مقابلتهم أيضاً، وثبت صحة الفرض الأول القائل بأن المدرسة تضيق الفجوة في المعرفة والاتصال السياسي بين الآباء ذوى المكانة الاجتماعية والاقتصادية الرفيعة والمتدنية؛ حيث حفز تعرض الطلاب لمنهج التربية الوطنية على استخدام وسائل الإعلام الإخبارية في المنزل، كما حفز المناقشات مع الآباء حول العملية الانتخابية، وهذه المناقشات دفعت بدورها الآباء إلى الاهتمام بالأخبار والحصول على المعرفة السياسية، كما ثبت صحة الفرض الثاني القائل أن تأثيرات المنهج تكون أقوى بين طلاب المكانة الاقتصادية والاجتماعية المتدنية أكثر من الأقل تعلماً أو غير المهتمين بالسياسة، أنه ثمة ارتباط بين التفاوت في عدد مقررات التربية الوطنية والمؤشرات الطولية للتنشئة السياسية

1- أيمن صالحاني. مرجع سابق. ص183.

2- Steven Chaffee & Michael Mc Devitt.Closing Gaps in Political communication Knowledge, Effects of a School Intervention, Communication Research, Vol. (27), No (3), (2000), Pp. 259- 292.

والاجتماعية؛ حيث أن المناهج المعيارية للمدرسة الثانوية تسهم قليلاً في المشاركة السياسية للمراهقين خارج الفصل الدراسي.

واستهدف "تشوينج بارك" بدراسته عام 2001، معرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام الإخبارية ومعرفة الأفراد الذاتية للموضوعات المطروحة في وسائل الإعلام حول مرشحي الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد سحبت عينة عشوائية قوامها (500) مبحوث، وتم استخدام استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات من المبحوثين من خلال المقابلة الشخصية، وتوصلت إلى أن الأفراد الأكثر تعليماً أقل تأثراً بالمعلومات التي تقدمها التغطية الإخبارية في وسائل الإعلام وحول المرشحين السياسيين، كما تؤثر التغطية الإخبارية عبر وسائل الإعلام على الأفراد إذا ركزت على موضوعات شخصية وأمور تتعلق بمصالح الأفراد بدرجة أكبر مما لو ركزت على أمور خاصة بالمجتمع[1].

ب- الأحزاب السياسية:

احتل الحزب الوطني قائمة تفضيلات الأحزاب السياسية المصرية لدى المراهقين طلاب الفرقة الأولى بجامعة المنيا[2]. أيضًامن العوامل المؤثرة على التنشئة الاجتماعية والسياسية للمراهقين (15-17) سنة المقيمين بمحافظات الإسكندرية والقاهرة والشرقية، تعزيز حب الانتماء للأحزاب السياسية، فجاء الحزب الوطني أولاً، فحزب العمل، فالأحرار، فالوفد، ولم تظهر فروق في تفضيل هذه الأحزاب بين عينة الريف والحضر[3]. في حين بلغ عدد المراهقون (طلاب المرحلة الثانوية من 15-17 سنة، في

1- Cheong- Yi Park. "News Media Exposure and Self- Perceived Knowledge: The Mission of Knowing " International Journal of Public Opinion Research.Vol.(13), No.(4) Winter2001, Pp.419- 423.

2- محمد أحمد خليفة. دور المقال المنشور في الصحف الحزبية في التنشئة السياسية للمراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 2004)، 360.

3- أحمد محمد حسنين. مرجع سابق. ص302.

محافظة الدقهلية) الذين يرغبون في الانضمام للحزب الوطني الديمقراطي نسبة (44.15%) في عينة الريف، وبنسبة (32.1%) للحضر[1].

بينمافي دراسة أخرى[2]. طبقت على عينة من المراهقين (12-15) سنة طلاب المرحلة الإعدادية والصف الأول الثانوي بمحافظتي المنيا وبنى سويف، تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين عينتي الذكور والإناث في مستوى المعلومات السياسية والرغبة للانضمام للأحزاب لصالح الذكور، حيث أن نسبة (58.75%) يرغب في الانضمام لحزب سياسي مستقبلاً وبصفة خاصة الحزب الوطني الديمقراطي بنسبة (51.49%)وهناك شبة علاقة تبادلية بين الانتماء للأحزاب السياسية والتعرض للمواد السياسية في الإذاعة والتليفزيون.

وهذا ما اتضح أيضاً بدراسة (علي السيد علي، 2002) التي أجراها بهدف قياس العلاقة بين الانتماء الحزبي في مصر وعلاقته بالتعرض للإذاعة والتليفزيون وبقية مصادر الاعتماد، ومعرفة أثر نوع الانتماء على شكل ومضمون التعرض للمواد السياسية؛ حيث طبق دراسته على (400) مفردة من أربعة أحزاب هم: الحزب الوطني الديمقراطي، الوفد، العمل، التجمع، وأكدت الدراسة صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين مستوى الانتماء الحزبي للجمهور وحجم التعرض للمواد السياسية في الإذاعة والتليفزيون؛ إذ يزداد التعرض للمواد السياسية كلما زاد مستوى الانتماء لدى الجمهور، كما تبين أن نوع الحزب الذى ينتمى إليه الجمهور يؤثر على معدلات التعرض للمواد السياسية في الإذاعة والتليفزيون، حيث يزداد تعرض أعضاء الحزب الوطني الديمقراطي دون غيرهم لها، في حين يفضل أعضاء بقية الأحزاب التعرض لصحف المعارضة، كما تبين أن نوع الانتماء يرتبط بنوع

1- علاء محمد عبد العاطي. "دور الراديو والتليفزيون في التنشئة السياسية للمراهقين: دراسة مسحية". رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2004) ص331.

2- سراج علي عبد الله. دور نشرات الأخبار والمواد الإخبارية في التليفزيون المحلى في التنشئة السياسية للمراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 2002) ص 298.

الاعتماد على وسيلة معينة دون سواها، وتعد الصحف الحزبية أحد وسائل استقطاب أعضـاء جدد، ومنبر يطرح الحزب من خلاله آراءه المتنوعة حول أحدى القضايا المثارة، أو التي تشغل الرأي العام، أو يطرحها للـرأي العـام، أو يقـدم مـن خلالهـا طلـب اسـتجواب شـعبي يقدمـه للقراء[1].

ومن خلال دراسة[2] استهدفت التعرف على طبيعة العلاقة بين الاعتماد على قراءة الصحف الحزبية وتكوين اتجاهات سلبية لدى الأفراد نحو الأداء الحكومي، وأجريت على عينة قوامها (100) مفردة من طلاب جامعة القاهرة، وطبقت الدراسـة عـلى جريـدة الوفـد، توصـلت إلى تحقق الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين اعتماد القراء عـلى صـحيفة الوفـد في اسـتقاء المعلومات حول الأداء الحكومي وبين تكوين اتجاهات سلبية لديهم نحـو الأداء الحكـومي في مصر.

ج- وسائل الإعلام:

تعتبر وسائل الإعلام أحد أهم المصادر التي يستقى الفـرد منهـا معلوماتـه حيـال الأحـداث والقضايا الجارية، والتي تسهم في إمداد الرأي العام بالمعلومـات سـواء عـلى صـعيد المجتمـع الداخلي أو على الصعيد العالمي ولا يقتصر المضمون المقدم على الشـئون السياسـية فحسـب، بل يتعداه إلى جميع أنواع الأحداث، كما لا يقتصر أسلوب التقـديم عـلى طريقـة معينـة، بـل يتنوع ليشمل طريق المناقشة الحرة والمناظرات، وجميـع القوالـب الإخباريـة التـي تتضـمنها حرية النشر وإمكانية طرح الأفكار بأساليب متعددة[3].

1- علي السيد علي، علاقة الانتماء الحزبي في مصر بالتعرض للمواد السياسية في الإذاعة والتليفزيون: دراسـة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أسيوط: كلية الآداب، 2002).

2- محمود خليل. دور الصحف الحزبية في تشكيل اتجاهـات الشـباب نحـو الأداء الحكـومي بمصر: دراسـة تطبيقية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثالث، (القـاهرة: كليـة الإعلام، جامعة القاهرة، سبتمبر 1998)، ص ص1-25.

3- سالم عيسي بالحاج، مرجع سابق، ص91.

حيث تقوم وسائل الإعلام بتنظيم عرض المواد الإخبارية والقضايا والموضوعات في ترتيب يشير إلى أهمية هذه المواد في علاقتها ببعضها وهذه العملية يطلق عليها أولويات الاهتمام بالوسيلة الإعلامية أي وضع أجندة الوسيلة وتحديدها "Agenda Setting" بناء على قرارات عديدة تتأثر بالسياسات العامة والسياسات التحريرية والنظم الفنية والإنتاجية[1] وتشمل وسائل الإعلام ما يلي:

1- الصحف:

تعد الصحف اليومية المصدر الأول لاستقاء المعلومات السياسية لدى عينة من المراهقين (13- 15) سنة طلاب المرحلة الإعدادية بمركز الزقازيق في محافظة الشرقية، يليها التليفزيون، بل وتفوقت الإناث على الذكور في معدل قراءة الأخبار؛ حيث تقرأ الإناث بنسبة (28.21%) مقابل (19.86%) للذكور، كما توصلت الدراسة لارتفاع معدل قراءة المراهقين للصحف اليومية، سواء في الريف أو الحضر؛ حيث بلغت نسبة قرائها بشكل منتظم (23.11%)، مقابل (68.67%) لمن يقرأهابشكل غير منتظم[2].

كماوجدت إحدى الدراسات أن (64.75%) من المراهقين عينة الدراسة التي أجريت على المراهقين طلاب الصف الثالث الثانوي بإقليم شمال الصعيد يقرأون الصحف اليومية بصفة غير منتظمة[3]. بينما كان المراهقين (13-15) سنة يفضلون قراءة صحيفة الأخبار التي كانت تمثل أكثر الصحف المفضل قراءتها لديهم، تليها

1- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1(القاهرة: عالم الكتب، 1997)، ص 273.

2- محمد عبد الحميد الغرباوي، دور الصحافة المصرية في التنشئة السياسية للمراهقين: دراسة تطبيقية على تلاميذ المرحلة الإعدادية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 1989) ص219-231.

3- ناصر محمود عبد الفتاح. "دور الإذاعة والصحافة المحلية في التنشئة السياسية للمراهقين: دراسة تطبيقية على إقليم شمال الصعيد". رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2002) ص 416.

صحيفة الأهرام، فالأحرار، فالجمهورية، واحتلت الوفد الترتيب الأخير لدى كل من الذكور والإناث[1].

أما الصحف الحزبية فقد جاءت كوسيلة أولى يعتمد عليها المراهقون لاستقاء معلوماتهم السياسية، و قد احتلت صحيفة الوفد المرتبة الأولى من بين الصحف الحزبية من حيث اعتماد المراهقين عليها لاستقاء معلوماتهم السياسية، وتلتها صحيفة الأحرار[2] بينما تعد الكتب والمجلات المصدر الأول لمعلومات طلاب المرحلة الثانوية (15-17) سنة المكفوفين[3].

وحول معرفة الدور الذى تلعبه الصحف في عملية التنمية السياسية، قامت دراسة[4] بمسح للمضمون تمثل في تحليل عينة من صحيفتي الأهرام والوفد خلال عام 1989، ومسح لعينة من جمهور المراهقين تتراوح أعمارهم من (15- 20 سنة) طبق عليهم أداة الاستبيان بالمقابلة، فوجدت الصحافة القومية تحاول بالدرجة الأولى متمثلة في صحيفة الأهرام خلق اتجاهات إيجابية للمواطن نحو النظام السياسي من خلال التركيز على النشاط السياسي للنخبة وللنظام السياسي، وإبراز إنجازات النظام، بينما تقل تلك المحاولات لدى صحيفة الوفد، كما تركز صحيفة الوفد على القضايا القومية وموضوعات الديمقراطية وممارستها، وخاصة داخل مجلس الشعب بالإضافة الى ممارسة الدور الرقابي على تصرفات الحكومة أكثر من صحيفة الأهرام.

علماً بأن القضايا السياسية تحظى بمكانة في بعض الصحف المصرية؛ ففي الصحف المحلية احتلت موضوعات عن الحكومة والوزارات ورئاسة الجمهورية والانتخابات صدارة الصحف المحلية في شمال الصعيد، يليها بعض الموضوعات

1- محمد عبد الحميد الغرباوي. مرجع سابق. ص289.

2- محمد أحمد خليفة. مرجع سابق. ص293.

3- هيثم ناجي عبد الحكيم، مرجع سابق، ص314.

4- جمال صالح متولي. وسائل الاتصال الجماهيري والتنمية السياسية: تحليل سيسيولوجيا لدور الصحافة في التنمية السياسية. رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية الآداب، 1990).

الإقليميـة الخاصـة بالانتفاضـة الفلسـطينية والشـؤون العربيـة، وأخـيراً القضـايا السياسـية الدولية[1].

كذلك الحال في الصحف الحزبية؛ حيث جاءت القضايا الوطنية بالمرتبة الأولى لاهتمامات بعض المقالات المنشورة بصحف الوفد، الأهالي، والأحرار، ومايو، عنـدما سـحبت عينـة بلغـت (216 عدداً عام 2002) وخضعت لدراسة تحليلية[2].

2- مجلات الأطفال:

ما سبق من نتائج ترتبط بدور الصحافة في حياة المراهقين قـد يرجـع لتـاريخ الـدور الـذي تلعبه وسائل الإعلام في حياة الطفل؛ فقد توصل عـربي الطـوخي، 1999، مـن خـلال الدراسـة التي قام بها للتعرف على دور مجلات الأطفـال في التنشـئة السياسـية للطفـل المصري إلى أن: مجلات الأطفال (سمير وعلاء الـدين) قـد أسـهمت في تنميـة حـب المشـاركة السياسـية لـدى الأطفال، مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث لصالح الـذكور الأكـثر رغبـة في هذه المشاركة. كما اتفقت الدراسة الميدانية مع نتائج الدراسـة التحليليـة في معرفـة أفـراد العينة بالقيم السياسية؛ حيث أسهمت وسائل الإعلام التي يسـتخدمها الأطفـال في بـروز قـيم سياسية هامة، وجاء أولها إدراك قيم الانتماء والولاء للـوطن، والانـتماء الـديني، يليـه بدرجـة فارقة الانتماء للوطن العربي. علـماً بـأن الشخصـية المحوريـة المصريـة جـاءت في المركـز الأول بنسبة (66.3%)، بينما كانت أكثر الصحف المصرية التي يستخدمها الأطفال رغم صغر سنهم، الأهرام، فالأخبار، فالجمهورية، كما تبين إدراك الأطفال معنى الديموقراطية على إنها تعنى أن الشعب يشارك في القرارات السياسية[3].

1- ناصر محمود عبد الفتاح. مرجع سابق. ص313.

2- محمد أحمد خليفة. مرجع سابق. ص281.

3- عربي عبد العزيز الطوخي. دور مجلات الأطفال في التنشئة السياسية للطفل المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 1999) ص 225.

3- الإذاعة:

هدفت دراسة[1]. للتعرف على دور إذاعة القاهرة بصفة عامة والبرنامج العام بصفة خاصة في التنميـة السياسـية التـي شـهدتها مصر منـذ 1952، ومعرفـة العقبـات والصـعوبات التـي واجهته، وناقشت إمكانية وأسس التخطيط السـليم لمـادة إعلاميـة وبـرامج سياسـية تفيـد في تغطيـة أبعـاد وأزمـات التنميـة السياسـية. ووجـدت أن الجمهـور المصري يفضـل الإذاعـات الأجنبية على إذاعة القاهرة رغم ممارستها منطق الحملة الإعلامية بصـدد الـبرامج السياسـية، وأنه كلما زادت الأزمة التي يواجها النظام السياسي ازدادت كثافة الرسائل الإعلاميـة الصـادرة عن إذاعة القاهرة واختلف أسلوب صياغة الرسالة الإعلامية نفسها، كما تملـك الدولـة الرقابـة والتخطيط لإذاعة القاهرة، مما يؤكد عدم الحيادية إزاء التغيرات المجتمعيـة والأحـداث التـي يشهدها المجتمع المصري، حيث كانت أداة للتضخيم والتبرير.

وعندما سعت دراسة أخرى[2] إلى اختبار علاقة نظـام الاتصـال بالنظـام السـياسي بالتنميـة السياسية، والعوامل المؤثرة على فاعليتها في تأديـة هـذا الـدور، وذلـك عـبر المـنهج التـاريخي القائم على التحليل النظري لكل من النظام السياسي ونظام الاتصال، وتوصـلت إلى أن فاعليـة نظام الاتصال مرهونة بالإطار الذى يوجد فيه، وبالأدوات الأخرى التـي تعمـل معـه لتحقيـق التنمية السياسية، وهذه الأدوات هي التـي تحـد فاعليتـه كـأداة مسـاندة في عمليـة التنميـة السياسية، ونظام الاتصال يعتبر أحد أدوات التنمية السياسية إلا أنـه أداة لهـا طبيعـة خاصـة فهو أداة مساندة لأدوات أخرى كالأحزاب السياسية والنخبة.

1- عبد الخبير محمود عطا. وسائل الإعلام والتنمية السياسية في الدول النامية، البرامج السياسـية في إذاعـة القاهرة الكبرى كدراسـة حالـة، رسـالة دكتـوراه غـير منشـورة، (جامعـة القـاهرة: كليـة الاقتصـاد والعلـوم السياسية، 1980).

2-أماني محمد قنديل. نظام الاتصـال وعمليـة التنميـة السياسـية في الـدول الناميـة، رسـالة ماجسـتير غـير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 1980).

وحينما هدفت دراسة أبو الفتوح عبد الحميد قنديل، 2003[1] إلى توضيح أهمية المشـاركة السياسية للشباب الجامعي، والعوامل المؤثرة فيها، بالتطبيق على عينة مـن جامعـة المنوفيـة، فجاء من أبرز المعوقات التي تحول دون مشاركة المبحـوثين السياسـية:الخـوف مـن السـلطة، عدم الثقة في الآخرين ومصادر المعلومات، سيادة الاعتقاد بعـدم المسـاواة واحتكـار السـلطة وضعف الأحزاب السياسية، ولا يؤدى النظام التعليمي ولا النظـام الرسـمي الإعلامـي أي دور إيجابي في تدعيم المشاركة السياسية في الأنشطة السياسـية، حيـث يكـون التركيـز عـلى التـزام الطلاب بالمقررات الدراسية، والدروس التعليمية، كما يسود إهمال وجهات نظرهم، سواء من حيث عدم وجود وسائل اتصال شخصي أو عدم فاعليـة هـذه القنـوات، كـما لم يتبـين وجـود فروق دالة معنوياً في المشاركة السياسية باختلاف المستوى الاجتماعـي الاقتصـادي بـين أفـراد العينة، بل إن وسـائط التنشـئة السياسـية الأخـرى كـالأسرة لا تشـجع الطـلاب عـلى ممارسـة أدوارهم السياسية، كما كشفت الدراسة عن اعتقاد الطلاب في سوء معاملة النظـام السـياسي، وشكلية تأييد الشباب الجامعي له.

4- التليفزيون:

هناك عدد من العوامل التي تجعل التليفزيـون وسـيلة إعلاميـة نافـذة لـدى المتلقـي كـما وردت بالدراسات المبكرة عن دور التليفزيون. فمن مزايا التليفزيون الأساسية:[2].

- أنه أقرب وسيلة للاتصال المواجه (وجهاً لوجه)، فهو يجمع بين الرؤية والصـوت والحركـة واللون، بل في الواقع قد يتفوق التليفزيون على الاتصال المواجه لأنه يستطيع أن يكبر الأشـياء الصغيرة ويحرك الأشياء الثابتة.

- يقدم التليفزيون مادة إعلامية في نفس زمن حدوثها، أي قد لا يمر فترة زمنية بـين وقـوع الحدث وتقديمه.

1- أبو الفتوح عبد الحميد قنديل. المشـاركة السياسـية للشـباب الجـامعي: دراسـة عـلى عينـة مـن طـلاب جامعة المنوفية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنوفية: كلية الآداب، 2003).

2- جيهان أحمد رشتي. مرجع سابق. ص 269.

- يعرض التليفزيون كوسيلة للإعلان كل كلمة في المساحة الإعلانية، ويسمح بأساليب متعددة للتقديم.

- مازال التليفزيون في المجتمعات الغربية المتقدمة وبشكل خاص في الولايات المتحدة الأمريكية يعد وسيلة قوية يمكن بواسطتها الوصول إلى جميع المواطنين.

ويلاحظ التليفزيون المصري كوسيلة إعلامية وطنية يقوم من خلال عرض المواد السياسية والإخبارية التي يقدمها أو يلقى الضوء عليها، بهدف إشباع الجانب السياسي لدى مشاهديه، ومنها:

- ينقل التليفزيون أهم الأخبار السياسية والأحداث السياسية الجارية؛ سواء أكانت خطاب السيد رئيس الجمهورية أو عقد بعض المؤتمرات السياسية أو الصحفية الهامة بكافة مستوياتها محلية أو عربية أو دولية، وأياً كان نطاقها الجغرافي من داخل الوطن أو من خارجه، أو إعلان بدء انعقاد دورتي مجلسي الشعب والشورى، أو خطاب أحد الساسة من خارج الوطن، فهذا الانفراد لتغطية بعض الموضوعات والأحداث السياسية يزيد من ارتباط الجماهير بالتليفزيون المصري. وكافة هذه الأدوار السياسية ينوط بعملها قطاع الأخبار باتحاد الإذاعة والتليفزيون الذي يقوم بمد التليفزيون بهذه المواد السياسية ويذاع من خلال قنواته البرامج الإخبارية، والنشرات الإخبارية وغيرها من المواد الإخبارية التي يعدها ويقدمها قطاع الأخبار.

- ينقل جلسات البرلمان – في حال انعقاده- لإحاطة الجماهير بمجريات شئون الوطن والتشريعات التي تتصل بحياتهم اليومية والقوانين التي تنظم علاقات المجتمع.

- يقوم بدور المراقب الجماهيري على تصرفات وسلوكيات النخبة السياسية إزاء بعض القضايا السياسية التي يتعرض لها.

- يقدم مواد تتضمن مناقشة لبعض المسئولين لتوضيح مبررات اتخاذهم قرار إداري أو سياسي ما، يرتبط بحل مشكلة محددة لدى من يمثلون سلطة عليهم أو أن يكون إصدار هذا القرار يمثل أحد أسباب مشكلة أخرى، أو يثيرها.

كما يقدم التليفزيون المصري خدمات إعلامية وثقافية أخرى يمكن اعتبارها سياسية ولكن تقدم بأسلوب وبشكل غير مباشر، لكل من النخبة المسئولة والجماهير، فهو يقوم بدور الوسيط بينهما، تتمثل في الآتي:

- إلقاء الضوء على المشكلات الحياتية التي يعاني منها المواطنين التي تتطلب تدخل سياسي.

- تسليط الضوء على بعض الظواهر والقضايا الاجتماعية التي يعاني منها إحدى فئات المجتمع، سواء أكانوا أطفال شوارع أو محرومين من الرعاية أو أبناء السجينات والمطلقات والزواج العرفي.

- العمل على تنمية أوجه ثقافة المشاهد سياسية كانت أو اقتصادية أو فنية، ليشبع احتياجاتهم المعرفية والترفيهية.

- المساهمة في نشر الفكر الديني القويم من خلال التوعية الدينية التي تقدم بمضمون البرامج الدينية التي يبثها.

- إحاطة الجماهير بأعداد المصابين بمرض ما أو من خلال عرض بسبل التوعية الصحية من مرض آخر، إلقاء الضوء على احتياجات بعض المؤسسات الصحية بما يؤهلها من القيام بالدور المنوط بها على الوجه الذي يرضى المنتفعين منها.

- الإعلان عن الخدمات والمرافق المجتمعية سواء التي تم تطويرها أو التي تحتاج إلى صيانة أو تحديث.

علاقة المراهقين بالتليفزيون المصري:

من أهم دوافع مشاهدة الطفل المصري لقنوات التليفزيون الفضائية العربية للتعرف على معلومات مفيدة في الحياة كما جاء بالترتيب الثالث بنسبة (94.79%) من إجابات عينة من أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة التي تسبق بلوغه لمرحلة

المراهقة مباشرة بإحدى الدراسات[1]. في حين دافع التعرف على أخبار مصر والعالم جاء في الترتيب السادس بنسبة (89.79%) مما يعكس الحاجات الإخبارية لدى أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة، كما جاء التعرف على موضوعات تصلح للنقاش في الترتيب السادس أيضاً بقائمة الإشباعات المتحققة من استخدام الطفل لهذه القنوات، وهذا ما يعكس حاجاته الإعلامية، ومع انتقاله لمرحلة المراهقة يظل التليفزيون يحتل المركز الأول بالنسبة للمصادر التي يعتمد عليها المراهقون في الحصول على المعلومات[2].

ويعتمد مراهقو الريف على التليفزيون للحصول على معلوماتهم أكثر من مراهقي الحضر[3]. إذ يعد التليفزيون من أبرز العوامل التي تؤدى دوراً مميزاً في التنشئة السياسية للمراهقين المصريين، سواء من حيث تقديم المعلومات السياسية، أو تنمية الانتماء الوطني والمشاركة السياسية والانضمام للأحزاب، لذا يبقى التليفزيون لدى أفراد عينة هذه الدراسة مصدر المعلومات الأول مقارنة بباقي وسائل الاتصال وبنسبة (57.25%)، كما توصلت هذه الدراسة أن (97%) من المراهقين (12-15 سنة) عينة الدراسة من محافظتي المنيا وبني سويف يشاهدون التليفزيون بصفة عامة، حيث يشاهده دائماً أو بصفة منتظمة (67%)، ويشاهده أحياناً أو بصفة غير منتظمة (29.5%) منهم، كما يفضل (35.57%) منهم مشاهدة القناة الثانية، تليها القناة الأولى بنسبة (31.18%)، ثم القناة السابعة بنسبة (27.83%)، وهذا

1- نهى عاطف عدلي العبد. علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2003).

2- هاني إبراهيم أحمد البطل. "مدي اعتماد المراهقين على البرامج الإخبارية بالتليفزيون المصري للحصول على المعلومات". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2000) ص291.

3- محمود حسن إسماعيل. نشرات الأخبار في التليفزيون المصري والتنشئة السياسية للمراهقين، دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 1991)، ص318.

ما يشير إلى أن مشاهدة قنوات التليفزيون المصري الرئيسية أكثر تفضيلاً لديهم من مشاهدة القناة المحلية[1].

كما تبين بإحدى الدراسات[2]. أن نسبة (38.12%) من عينة المراهقين بالريف ممن هم بمرحلة التعليم الثانوي يشاهدون التليفزيون بانتظام، مقابل نسبة (32.19%) من أقرانهم بالحضر، كما أن (78.59%) من عينة المراهقين الريف يستمعون إلى الراديو مقابل (69.12%) لاستماع المراهقين عينة الحضر، بل إن (100%) من عينة دراسة [3].تم تطبيقها على المراهقين طلاب الصف الثالث الثانوي بإقليم شمال الصعيد يشاهدون التليفزيون، فيشاهده بصفة منتظمة (39%) منهم، و(61%) منهم بصفة غير منتظمة، أما أفراد عينة هذه الدراسة من المراهقين المقيمين بالحضر فيشاهدون التليفزيون بصفة منتظمة بنسبة (37%)، و(63%) منهم يشاهدونه بصفة غير منتظمة، أما بالريف فمنهم (41%) يشاهدونه بصفة منتظمة، و(59%) يشاهدونه بصفة غير منتظمة، كما ذكر (36.17%) من إجمالي المراهقين عينة هذه الدراسة أن من أهم أسباب عدم الاستماع إلى الراديو "إذاعة شمال الصعيد" هو أنهم يفضلون مشاهدة التليفزيون، كما أجاب (13.83%) منهم أنهم ليس لديهم وقت للاستماع.

وتشير إحدى الدراسات[4]. إلى أنها وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المراهقين "طلاب المرحلة الإعدادية في محافظتي القاهرة والشرقية" الذين يشاهدون نشرات أخبار التليفزيون مقابل الذين لا يشاهدون على مقياس التنشئة السياسية لصالح المشاهدين. كما توصلت إلى أن نشرات الأخبار تهتم بالأخبار العالمية أكثر من اهتمامها بالأخبار المحلية، مما يؤكد أن الأخبار تقود المشاهد إلى

1- سراج علي عبد الله. مرجع سابق. ص291.

2- سلوى محمد العوادلي. دور وسائل الاتصال في التنشئة السياسية والاجتماعية، دراسة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1990). ص 298.

3- ناصر محمود عبد الفتاح. مرجع سابق. ص416.

4- محمود حسن إسماعيل. مرجع سابق، 1991، ص212.

ثقافة خارجية على حساب الثقافة المحلية، بينما لم تحتل الأخبار العربية إلا نسبة ضئيلة بدورها[1].

بينما في دراسة "ويلسن لورى" 2005، التي كانت تساؤلاتها تدور حول: كيفية قيام المواطنون في الدول الديمقراطية باستخدام وسائل الإعلام، هل النماذج الفردية للبحث عن المعلومات أو تجاهلها تؤثر في الاتجاهات السياسية والتقييمات الاقتصادية، فتوصلت إلى أن الاعتماد الفردي على وسائل الإعلام عمل على ربط الأفراد بمستوياتهم الاجتماعية الاقتصادية، وميولهم الاجتماعية السياسية، كما لوحظ أن تأثير المستويات الفردية يرتبط بدرجة تحسين المؤسسات الإعلامية في بلدانهم، وأن وسائل الإعلام تؤدى دوراً في مسيرة بلدان شرق أوربا نحو الديمقراطية[2].

تفضيلات تعرض المراهقين للقضايا والموضوعات السياسية التي تعرضها وسائل الإعلام:

تعد الصحف المصدر الأول للمراهقين حول القضايا والموضوعات السياسية، واحتلت صحيفة الأهرام رأس قائمة المصادر التي تعتمد عليها عينة من المراهقين طلبة الصف الثالث الثانوي للتزود بالمعرفة حول تلك القضايا، تليها صحيفة الأخبار، فالوفد، وأخيراً الجمهورية.

واحتلت القضايا العربية أولوية اهتمام اتصحف العينة بنسبة (37.10%)، تليها القضايا السياسية المحلية بنسبة (33%)، مقابل (29.90%) للقضايا السياسة

1- المرجع السابق. ص302.

2-Loveless Mathew. P. The Mediated Transition. Mass Media and Political Socialization, In Central and Eastern Europe, PHD, (Indiana University, 2005), Abstract from Egyptian Network.

الدولية[1]. بل احتلت الموضوعات السياسية قائمة تفضيلات المراهقين "طلاب الفرقة الأولى بجامعة المنيا" بدراسة أحمد خليفة 2004. كما أتت موضوعات الشؤون الداخلية الأكثر أهمية لدى المراهقين طلاب المرحلة الإعدادية عينة إحدى الدراسات، وهذا بنسبة (63.50%)، تليها القضايا العربية بنسبة (21%) ثم القضايا السياسية الدولية بنسبة (15.50%)[2] في حين وجدت إحدى الدراسات أن نسبة (65.5%) من عينة الشباب (من 16-40 سنة) يهتمون بالسياسة إلى حد ما، ونسبة (26.5%) منهم مهتمون جداً[3].

علاقة المراهقين بالمحتوى السياسي في وسائل الإعلام:

- وسائل الإعلام المدرسي:

احتلت الموضوعات السياسية المرتبة الأولى بين إجمالي موضوعات الإذاعة المدرسية بعينة مكونة من ثلاث مدارس للمكفوفين بمحافظة القاهرة يلتحق بها مراهقين ممن تتراوح أعمارهم بين (15-17) سنة، يليها الموضوعات الدينية، فالموضوعات العلمية، بينما جاءت الموضوعات التاريخية أولاً في الصحافة المدرسية تليها الموضوعات السياسية[4].

1- عربي عبد العزيز الطوخي. معالجة الصحف المصرية لبعض القضايا السياسية وعلاقتها بالتنشئة السياسية لدى المراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 1994)، ص271،270.

2- محمد عبد الحميد الغرباوي. مرجع سابق. ص240.

3- حنان محمد إسماعيل يوسف. "دور المادة الإخبارية التليفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1996) ص285.

4- هيثم ناجي عبد الحكيم. مرجع سابق. ص376.

- الصحف اليومية:

جاءت قراءة الموضوعات السياسية بالترتيب الرابع ضمن تفضيلات عينة من المراهقين "طلاب الصف الثالث الثانوي بإقليم شمال الصعيد" للموضوعات التي يحبوا قراءتها بنسبة (14.09%)[1]. أما الصحف الحزبية؛ فتعد الموضوعات السياسية هي الموضوعات الغالبة في المقالات المنشورة بأربعة صحف حزبية هي الوفد والأهالي والأحرار ومايو، وجاءت القضايا الوطنية في المرتبة الأولى لاهتمامات هذه المقالات، وجدير بالذكر أن أكثر من (50.85%) من المقالات تبنت وجهة النظر المعارضة، بينما كانت نسبة المقالات المؤيدة (26.09%) فقط[2]. كما وجد أن المراهقين من طلاب جامعة سوهاج الأكثر تعرضاً للصحف الحزبية أكثر مشاركة في الاجتماعات السياسية، وأكثر إقبالاً على التصويت والترشيح في الانتخابات، كما تبين وجود علاقة دالة إحصائياً بين تعرض أفراد العينة للصحف الحزبية ومعدل مشاركتهم في صنع القرار السياسي[3].

- الراديو:

البرامج السياسية بإذاعة شمال الصعيد جاءت في الترتيب الرابع لتفضيلات المراهقين "طلاب الصف الثالث الثانوي في إقليم شمال الصعيد" للبرامج التي يستمعون إليها في الراديو، حيث بلغت نسبة (10.42%) من إجمالي إجابات المستمعين، مع العلم بأن (25.50%) من إجمالي المراهقين عينة هذه الدراسة ذكروا أنهم لا يستمعون للراديو، و(57.75%) منهم يستمعون أحياناً، و(16.75%) فقط منهم يستمعون للراديو دائماً، أما دوافع استماع المراهقين للبرامج السياسية في الراديو، فجاءت كالتالي: (25.32%) أنها تزيد من معلوماتهم السياسية، و(23.29%) لأنها تتناول الأحداث السياسية، و(20.70%) لأنها تتعرض

1- ناصر محمود عبد الفتاح. مرجع سابق. ص416.

2- محمد أحمد خليفة. مرجع سابق. ص280.

3- أميمة أحمد عمران. دور الصحافة الحزبية في المشاركة السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية الآداب، 1999) ص317.

لموضوعات هامة، و(17.90%) أنها تقدم بأسلوب شيق وجذاب، ثم بالترتيب الخامس والأخير أنها تناسب المرحلة العمرية التي يمر بها المراهقين عينة هذه الدراسة بنسبة (13.50%)[1].

- نشرات الأخبار:

احتلت الأخبار السياسية – وخصوصاً القصيرة- المرتبة الأولى للنشرات الإخبارية (عينة إحدى الدراسات)، وعلى رأسها الأخبار العالمية، ومعظم المضامين كانت ذات اتجاه سلبي[2]. كما احتل تفضيل المراهقين (12- 15 سنة) للأخبار السياسية الترتيب الأول وفقاً لنوعية الأخبار الأكثر تفضيلاً لديهم بنشرات أخبار القناة السابعة، حيث جاءت بنسبة (35.68%) من إجاباتهم، مع العلم بأن نسبة (36.20%) من إجمالي عدد المراهقين عينة هذه الدراسة ممن لا يشاهدون نشرة الأخبار بالقناة السابعة ذكروا أن سبب عدم مشاهدتهم هو تفضيلهم مشاهدة نشرة الأخبار بالقناة الأولى، وقد احتل هذا السبب المركز الأول في أسباب عدم تعرضهم لنشرة أخبار التليفزيون المحلى[3].

- البرامج الإخبارية:

يفضل المراهقين (15-17 سنة) طلاب المرحلة الثانوية في محافظة الدقهلية عينة إحدى الدراسات[4]. الموضوعات السياسية بمضمون البرامج الإخبارية بالتليفزيون المصري بنسبة (30.66%) من عينة الريف، وبنسبة (28.1%) من عينة الحضر، لذا جاءت الموضوعات السياسية بالترتيب الأول في تفضيلات المراهقين تليها الموضوعات الرياضية. ويدعم هذه التفضيل دراسة[5].أخرى أجريت على المراهقين طلاب المرحلة الإعدادية والصف الأول الثانوي من أبناء ريف وحضر محافظتي المنيا

1- ناصر محمود عبد الفتاح. مرجع سابق. ص417.

2- علاء محمد عبد العاطي. مرجع سابق. ص320.

3- سراج على عبد اللـه. مرجع سابق. ص298.

4- علاء محمد عبد العاطي. مرجع سابق. ص311.

5- سراج على عبد اللـه. مرجع سابق. ص297.

وبنى سويف ممن تتراوح أعمارهم بين (12-15 سنة)، حيث أنهم يفضلون مشاهدة برامج التليفزيون المحلى (القناة السابعة) ذات الموضوعات السياسية بنسبة (19.84%) وبذلك احتلت الترتيب الأول في تفضيلات الموضوعات التي يشاهدونها بالتليفزيون بصفة عامة.

ويعتمد مفهوم البرامج الإخبارية أحد أشكال البرامج التليفزيونية المتخصصة، ومن الجدير بالذكر أن البرنامج التلفزيوني عبارة عن فكرة تعد وتعالج بالصوت والحركة المرئية في قوالب درامية أو ترفيهية أو تثقيفية باستخدام شاشة التليفزيون كوسيلة تتوافر لها كل إمكانات الوسائل الإعلامية وتعتمد أساساً على الصورة المرئية[1]".

وفي الغالب تقدم البرامج الإخبارية محتوى سياسي وتعالج قضايا سياسية، وهذا ما قد يبرر خلط بعض الدارسين بين كل من البرامج الإخبارية والبرامج السياسية، ولكن قد يعود ذلك لشعور المواطنين بالخدمة السياسية التي تقدمها البرامج الإخبارية والتي تظهر بوضوح في وقت الأزمات السياسية، من خلال توجيه خطاب سياسي للجماهير لتحديد موقف شعبي شبة موحد، ويتجلى هذا الدور إبان الانتخابات السياسية بأنواعها، رئاسية كانت أو برلمانية أو حزبية أو نقابية أو رياضية، وتصدى لرصد هذا الدور العديد من الدراسات الإعلامية التي تراكمت نتائجها لتشكل نظريات إعلامية، ومنها: التهيئة المعرفية وترتيب الأولويات أو وضع الأجندة والاعتماد على وسائل الإعلام وغيرها من النظريات التي اهتمت بتأثير وسائل الإعلام على الجماهير. ولما كانت الانتخابات الرئاسية الأمريكية تعد الهم الأكبر لدى الشعب الأمريكي من بدايات القرن العشرين كما تشير إليه الدراسات السابقة التي اهتمت بدراسة هذا التأثير، ففي هذا الإطار أجرى"ماكوبس وشو" أول دراسة تتناول مفهوم ترتيب الأولويات بصورة مباشرة، وقد أشارت دراستهما لقوة وسائل الإعلام على عقل الجمهور عن طريق إمدادهم بالمعلومات التي تسهم في زيادة معرفتهم بالمرشح، غير أن هذا الجمهور لم يعتمد على تلك الوسائل أثناء اتخاذ قرار التصويت على قائمة المرشحين المتنافسين الكبيرة، والكلام ذاته ينطبق على المؤسسات

1- محمد معوض. فنون العمل التليفزيوني، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1986)، ص115.

التي تسعى لاجتذاب الجمهور وإقناعه ببرامجها، وقد توصل الباحثان إلى نتيجة مشابهة خلال الحملة الانتخابية الأمريكية عام 1968، مفادها إثبات الافتراض الرئيسي من جهة وبين أولويات اهتمام الناخبين من جهة أخرى[1].

كما تعد القضايا السياسية الخارجية ذات خصوصية مميزة عن سواها من القضايا (في ضوء نظرية ترتيب الأولويات)، حيث تؤسس أهميتها بحكم عدم ارتباطها بصورة مباشرة بالجمهور الداخلي[2] بمعنى أن وسائل الإعلام تصبح المصدر الأول والأهم لحصول الجمهور على معلومات حول هذه القضايا، الأمر الذي ينتج عنه تجانس كبير بين اهتمامات وسائل الإعلام واهتمامات الجمهور بسبب تقديمها وعرضها بشكل مكثف، مع مراعاة أن هذا التأثير لا يقتصر على معارف الجمهور العام ومداركه وأولوياته فقط، بل يتعداه للتأثير على صانع القرار السياسي الداخلي والخارجي؛[3] من خلال الأثر الذى قد تتركه وسائل الإعلام على إدراك الجمهور؛ فهو يتلقى المعارف، ويتعلم من وسائل الإعلام، كما يتعرف على الموضوعات والقضايا ذات الأهمية من خلال تركيز وسائل الإعلام عليها ووضعها في بؤرة اهتمامها، الأمر الذي يدفع الجمهور لإقامة مجموعة متساوية من الأوزان لجميع المضامين المقدمة، لترتيب اهتمامه تجاهها، وهذا هو الأساس الذي يقوم عليه

1-Maxwell E. Macomb's, Donald L. Show. The Evaluation of Agenda: Setting Research: Twenty Five Years in The Market place of lades. Journal of Communication. Vol. 43.No.2.spring.1993.p 176.

2-William L. Rivers Susan Miller& Oscar Gandy. Government And the Media in Steven H. Chaffee (ed.) Political Communication.(London: Sage publication, 1975) pp. 218-224.

3- أحمد محمد عبد الله. "دور القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى المراهقين". رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2007) ص82-83.

مفهوم ترتيب الأولويات في وسائل الإعلام، وترتيب أولويات الجمهور المستقبل لتلك الوسائل الإعلامية[1].

كما تؤدى وسائل الإعلام دورا ما في بلورة القضايا السياسية في وقت الأزمات؛ فالصراعات والأزمات السياسية عادة ما تؤدى إلى إعادة النظر في كثير من القضايا الداخلية والخارجية داخل أي دولة، مما يدفعها إلى صياغة مفردات جديدة وتكوين خطاب خاص تبثه وسائل إعلامها أو توكل إلى المؤسسة الإعلامية إعادة تفسير الماضي وفقاً لرؤيتها الجديدة، وبمجرد نمو تلك المعاني التي طرحتها وسائل الإعلام تصبح تلك المفاهيم والقضايا ذات معاني معرفية[2] وبالتالي تصبح متداولة داخل المجتمع على كافة الأصعدة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، غير أن تلك المفاهيم والقضايا قد لا تجد دائماً في المجتمع الأرضية الخصبة لكي تنمو بنفس التركيز والقوة المقدمة بها عبر وسائل الإعلام، وهذا ما يعرف بالتنافر بين المضمون المذاع أو المنشور ومعتقدات الجمهور، وإنهاء هذا التنافر يتوقف على قدرة القائمين على وسائل الإعلام وحسن استخدامهم لأدواتهم بغرض التأثير في الجمهور، وإن استطاعت فغالباً ما يكون هذا التأثير تدريجي الحدوث[3].

ومما سبق يتضح أهمية ودور معتقدات الجمهور في صياغة وسائل الإعلام للقضايا السياسية. وهذا ما يفسر اهتمام بعض دراسات وضع الأجندة بعلاقة الأفراد بالبيئة المحيطة بهم وطريقة تعاملهم مع هذه البيئة، حيث تبين صعوبة تعامل الأفراد مع هذه البيئة مباشرة نظراً لاتساعها وتنوعها وشدة تعقيدها. ولذلك يقوم الأفراد بإعادة بناء هذه البيئة من خلال الصور التي يشكلونها في أذهانهم

1- David L,Protess- Maxwell McCombs (eds.) Agenda-Setting. Readings on Media, public Opinion and Making.(London: Lawrence Erbium Ass 1992),p2.

2- علي محمد القرني. الخطاب الإعلامي العربي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد الثاني، يناير 1997، ص ص37-43.

3- William L. Rivers Susan Miller & Oscar Gandy.Op. Cit. pp. 218-224.

عنها والتي تلعب وسائل الإعلام الدور الأكبر في تقديمها لهم بصورة مبسطة حتى يسهل عليهم التعامل معها.

ويتم اختيار بعض القضايا والتركيز عليها مما يؤدى إلى إدراك الجمهور لهذه القضايا ودرجة أهميتها وفقاً لطريقة تقديمها في وسائل الإعلام[1].

كما تتضح قدرة وسائل الإعلام الإخبارية على وضع أجندة الجمهور من خلال تركيز قوة مصادر الأخبار التي تساهم في وضع أجندة وسائل الإعلام والجمهور لأولويات القضايا والاهتمامات، وكانت من أهم هذه المصادر الإخبارية هي "الحكومة" ويبدوا أن تأثير هذا المصدر (الحكومة) هو تأثير قوى لأنه يعتبر من المصادر ذات المستوى العالي، ويطلق عليه الباحثون نموذج النخبة حيث يتعرف من خلاله على أهم القضايا السياسية الجارية والقضايا القومية[2] لذا تعتبر البرامج الإخبارية إحدى الأدوات السياسية في أي نظام إعلامي[3].

وقد أكدت العديد من الدراسات أن دور وسائل الإعلام في توجيه الجمهور نحو قضايا بعينها (سياسية- اقتصادية- اجتماعية أو أخرى) يحقق قدراً ما من الإجماع الاجتماعي حول أولويات القضايا في المجتمع[4].

1- أماني السيد فهمي. الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتليفزيون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد السادس، أكتوبر/ ديسمبر 1999، ص224.

2- Michael B. Salwen "News if Hurricane Andrew: The Agenda of Sources and Sources Agenda". Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol. 72. No, 4, Winter 1995. p. 826.

3- محمد مصالحة. دراسات في الإعلام العربي. (بغداد: مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربية، 1994)، ص193.

4- خالد صلاح الدين حسن. "دور التليفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر: دراسة تحليلية - ميدانية". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1997).

حيث أن تركيز الإعلام على موضوعات وقضايا ضئيلة يقود الجمهور إلى فهم هذه القضايا كأهم من القضايا الأخرى، ومن هذا المنطلق تبدو نظرية وضع الأجندة ملائمة تمام لمساعدتنا على فهم الدور الرئيسي للإعلام[1]. ومما يعكس أهمية دراسة القضايا السياسية التي تعرضها وسائل الإعلام بعض المفاهيم والمتغيرات التي ارتبطت بدراستها كما يلي:

- مفهوم البروز salience:

الذي ارتبط كمفهوم أساسي بنظرية وضع الأجندة وهو ما يفيد الإشارة إلى بروز قضايا معينة بوسائل الإعلام من خلال حجم المعلومات المنشورة عنها إضافة إلى الموقع الذي تشغله التغطية الخبرية للقضية ضمن التغطية الإخبارية للقضايا المختلفة، بما ينعكس على بروز هذه القضايا وزيادة الاهتمام بها في أجندة الجمهور المتعرض للوسيلة الإعلامية[2].

- مفهوم الانتباه والإدراك "Attention & Awareness":

يقصد به أن الانتباه المتزايد إلى قضية ما بوسائل الإعلام يؤدى لإدراكها بشكل أكبر من القضايا الأخرى التي يقل تركيز الانتباه إليها ومن ثم تصبح على رأس قائمة أولويات الجمهور المستهدف.

- مفهوم التأكيد والاهتمام "Emphasis and Concern":

الذي ارتبط بمفهوم الانتباه والإدراك حيث يؤدى التأكيد إلى زيادة الاهتمام بالقضايا[3]. بل وتفرع منه مسمى دورة الاهتمام "Issue- Attention cycle" الذى يشير إلى عملية التماوج من حيث الظهور والاختفاء للقضايا بأجندة وسائل الإعلام وانعكاس ذلك على الظهور والاختفاء بأجندة قضايا الجماهير، حيث تظهر

1- M. Sanchez. Op. Cit.2002.

2- خالد صلاح الدين حسن. مرجع سابق. ص143 – 144.

3- آمال كمال طه. دور الصحافة في وضع أولويات اهتمام الشباب نحو القضايا القومية.رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1997)، ص60– 61.

قضية ما في أجندة أولويات الجماهير بفعل ظهورها المكثف بتغطية وسائل الإعلام ثم تخفت تدريجياً درجة الاهتمام بها لدى الجماهير بخفوت التغطية الخبرية لها بوسائل الإعلام ليظهر محلها قضية أخرى تأخذ مدى أكبر من الاهتمام بالتغطية الإعلامية فينعكس مرة أخرى على درجة الاهتمام لدى الجماهير، وهكذا تظل عملية الظهور والاختفاء بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجماهير، فيما يعرف بدورة الاهتمام بالقضية[1].

كما استخدم مصطلح توجيه الاهتمام "Priming" إشارة إلى الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام من خلال وضع الأجندة بالنسبة لجمهور المتلقين، فهو رسم الاهتمام ببعض معالم الحياة السياسية كما يراها الآخرون. وتضع أخبار التليفزيون هذا المصطلح بما يشير إلى التعرف على الأحكام السياسية وبدائل الخيارات ومن هنا فإن قوة وسائل الإعلام من خلال وضع الأجندة لا تظهر فقط في الإقناع، ولكن في توجيه اهتمام الجماهير والتعريف بالمعايير الكامنة لاتخاذ أحكامه[2].

بل تم تعريف كلمة "Agenda" بأنها تصنيف القضايا السياسية تبعاً للأهمية "A ranking of political Issues According to Importance" وتعني وظيفة وضع الأولويات وقدرة وسائل الاتّصال على توجيه الانتباه إلى موضوعات معينة[3]. ونستخلص مما سبق أن عملية وضع الأجندة "Agenda-setting" ما هي إلا استمرار للتنافس بين القضايا أو الموضوعات ذات المكانة الهامة لتكسب تركيز متخصصي الإعلام والجمهور والنخبة السياسية[4].

ورصد المؤلف من خلال متابعته المستمرة للبرامج الإخبارية بالتليفزيون المصري ملاحظات ترتبط باختيار وانتقاء وإعداد موضوعات حلقات بعض البرامج الإخبارية

1- أحمد عبد الله.مرجع سابق. ص79- 80.

2- محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط2. (القاهرة: عالم الكتب، 2000)، ص277.

3- سلوى محمد العوادلي. مرجع سابق. ص120.

4-Denis Mcauails. Mass Communication Theory.4th. Edition, (London: Sage Publications, 2000) p.455.

التي تقوم على ما يطلق عليه الاعتماد المتبادل بين البرامج الإخبارية وبعض وسائل الإعلام الأخرى، ويتجسد من خلال ارتباط موضوع حلقات البرامج الإخبارية بالتليفزيون المصري بكل من الصحف أولاً، وأخبار التليفزيون المصري من ناحية، أو الاعتماد على النظام السياسي من ناحية أخرى.

ما سبق يؤكد أهمية الوظيفة الأساسية لمنسق أخبار التليفزيون كما يرى "ميلفن ديفلير وساندرا بول روكيتش" هي إذاعة المعلومات التي جمعها المخبر ونسقها المحرر[1]. فهذا ما يوحى بإمكانية وصف مراحل إعداد وتقديم البرامج الإخبارية بالتليفزيون المصري في ضوء علاقتها بمدى أهمية وسلطة وسائل الإعلام على ثلاث أنواع من مصادر المعلومات، كما ذهبت إليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

كما لاحظ المؤلف مما سبق عرضه عن أهمية البرامج الإخبارية لدى المراهقين كمصدر للمعلومات مدى ارتباط هذه الأهمية بمراحل إعداد وتقديم البرامج الإخبارية بصفة عامة؛ التي يجب أن تمر بثلاثة مراحل أساسية لإنتاج المواد الإعلامية والإخبارية هي:

المرحلة الأولى:

تتضمن جمع أو إنتاج المعلومات، وقد ترتبط هذه المعلومات بأحداث أو أخبار أو آراء، وهذه المعلومات تمثل المادة الخام التي تقوم عليها إعداد مضمون وشكل البرامج الإخبارية، وتقع هذه المهام في نطاق مسئوليات عمل المندوب الإخباري أو المراسل الإخباري أو ينوط بجمعها أحد أعضاء فريق البحث المشارك في إنتاج مواد البرامج الإخبارية بالتليفزيون المصري، حيث يتم توجيه الجامع لجمع المعلومات والأحداث التي يفترض القائم على إنتاج وإعداد هذه البرامج الإخبارية بأن جمهور المشاهدين يحتاجوا إلى معرفتها أو لديهم اهتمام بمعرفتها، ليقدمها لمعد أو مخرج البرنامج

1- ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش. نظريات وسائل الإعلام. ترجمة: كمال عبد الرؤوف. (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1992) ص415.

الإخباري الذى يتخذ قرار نشرها للجمهور من عدمه أو يقوم على صياغتها أو تحريرها، كما تدرك البرامج الإخبارية بالتليفزيون المصري أهمية هذا الدور باعتبارها تقدم وظيفة إخبارية وإعلامية أساسية تتمثل في نقل الأحداث وملاحقتها أول بأول.

المرحلة الثانية:

يتم خلالها تنسيق المعلومات؛ وتتضمن العملية التي يتم بموجبها تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان، لكى تخرج بصورة مناسبة في شكل برنامج إخباري، الذى قد يتضمن مقابلة خارج الأستوديو أو عرضاً لقصة إخبارية، أو تقرير إخباري ما، أو مادة إخبارية ما قام بجمعها أحد مراسلي البرنامج كأحد العوامل المساعدة في عرض موضوع (مضمون) حلقة البرنامج، وهى وظيفة تشمل إعداد وصياغة معلومات عن أحداث حقيقية في صيغة خبرية، ويفترض أن يقوم بهذه المهمة الإعلامية القائم على إعداد البرامج الإخبارية، ويلاحظ على غالبية البرامج الإخبارية التي يقدمها التليفزيون المصري يكون معد البرنامج الإخباري هو نفسه مقدم البرنامج الإخباري.

المرحلة الثالثة:

يتم خلالها نشر المعلومات وتقديمها لعدد غير محدود من الجمهور؛ وهى المرحلة الأخيرة من مراحل إعداد البرامج الإخبارية، بل تمثل الهدف النهائي من إعدادها، وينوط بتقديمها مقدم البرنامج الذى يتولى مسئولية عرض وتقديم مضمون البرامج الإخبارية بما يناسب خصائص وسمات جمهور المشاهدين، وله دور هام في تحديد مدى التأثير المعرفي أو الوجداني أو السلوكي الذى قد تساهم في تحقيقه البرامج الإخبارية لدى جمهور مشاهديها، كما يمثل المصدر الأساسي لعرض القضايا السياسية بمضمون البرامج الإخبارية بالتليفزيون المصري.

كما يمكن تفسير اهتمام البرامج الإخبارية بعرض القضايا السياسية في ضوء ما ذهبت إليه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بوجود علاقة اعتماد متبادلة بين

وسائل الإعلام والنظام السياسي، وإن كانت النظرية نبعت من المجتمع الأمريكي إلا أنه يلاحظ أن بعض مما ذهبت إليه قد ينطبق على المجتمع المصري، كما ما ينطبق على وسائل الإعلام ينسحب أو يمتد للبرامج الإخبارية لأنها بالنهاية جزء من التليفزيون المصري وهو وسيلة إعلامية. وبالتالي يمكن احتمال وجود العلاقة الاعتمادية الآتية:

تعتمد البرامج الإخبارية على النظام السياسي لتحقيق الأهداف التالية:[1].

1- اكتساب الحماية التشريعية والقضائية والتنفيذية.

2- الحصول على معلومات رسمية وغير رسمية لتغطية الأخبار مثل: عقد المؤتمرات الصحفية، والحصول على تصريحات بشأن الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

3- تحقيق عائد من الإعلانات السياسية في أوقات الانتخابات.

ومن جانب آخر قد يعتمد النظام السياسي على البرامج الإخبارية لتحقيق الأهداف التالية:

1- الحفاظ على النظام السياسي وتحقيق التكامل الاجتماعي، من خلال بث روح الإجماع، وتكوين الرأي العام- والذي سيبنى من خلال محاولة وسائل الإعلام وتدخلها في تشكيل اتجاهات الجمهور.

2- تدعيم الشعور بالمواطنة "Citizenry" لتنفيذ الأنشطة الأساسية مثل: الحماس للحرب، أو المشاركة في التصويت الانتخابي.

3- زيادة وتدعيم القيم والمعايير السياسية مثل: الحرية – المساواة – إطاعة القوانين – التصويت الانتخابي.

1- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998) ص 319، 340.

4- التحكم وكسب الصراعات التي تقع داخل السيادة السياسية مثل: صراعات الأحزاب، أو الصراعات بين النظام السياسي ونظم اجتماعية أخرى مثل: النظام الديني للفصل بين الدين والدولة.

عليه ينتظر أن تقوم البرامج الإخبارية بدور في تشكيل اتجاهات الرأي العام وفق ما تراه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، على النحو الآتي: الموضوعات والقضايا التي تطرحها وسائل الإعلام تصبح بمرور الوقت موضوعات وقضايا في قائمة أولويات الجمهور "Public Agenda" وتصبح موضوعات للنقاش وذلك تمهيداً لتكوين رأى عام تجاهها[1]. فثمة اتفاق عام بين الباحثين على أن لوسائل الإعلام دوراً في تشكيل الرأي العام تجاه قضايا معينة وتوجهاته، وتوحيد موقعها في قائمة أولوياته[2]. كما أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لم تغفل أهمية دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات الجمهور، وأدرجته ضمن أوجه التأثيرات المعرفية التي تحدث نتيجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات. كما أن لوسائل الإعلام دور في خلق الصلة بين الأحداث التي تقع في العام الخارجي والصور التي تنشأ في أذهاننا عن هذه الأحداث. وسابقاً ناقش "ليبمان" كيف أن تفسيرات الصحافة للأحداث يمكن أن تعدل بشكل جذري من تفسيرات الناس للواقع وبالتالي أنماط سلوكهم[3]. وهذا ما يعزز ما توصلت إليه معظم الدراسات التي قامت على نظرية ترتيب الأولويات حينما أكدت على أن ترتيب الأولويات يحدث في الواقع، وأن تركيز الوسيلة الإعلامية تجاه حدث معين أو قضية معينة يكون عاملاً مهماً يتضمن تشكيل رؤية الجمهور حول هذه القضية أو الحدث الذى يرى أنه هام، فيلاحظ أنه

1- صفا محمود عثمان. "دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002) ص54.

2- إيناس محمد أبو يوسف. صورة العالم في الصحافة المصرية والأمريكية خلال الفترة من 1980 – 1989، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1994)، ص18.

3- سهام محمد عبد الخالق. معاير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار بالتليفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2005)، ص69.

من الأدوار التي يقوم بها الإعلام الحر في مجتمع ديمقراطي هـو إمـداد الجمهـور بالمعلومـات الضرورية، وفي الواقع أشارت بعض الدراسات أنه مجرد تكرار القضـية أو الحـدث في الوسـيلة الإعلامية أكثر من مرة يكون له أثر على إدراك الجمهور لأهمية هذه القضية بغض النظر عـن ماذا قيل حول هذه القضية[1]. فيصبح للبرامج الإخبارية دور في تشـكيل اتجاهـات الجمهـور بالقوة الناعمة، حيث من خلال السيطرة على مصادر المعلومات وهو ما يمكن تسميته بالقوة الناعمة للبرامج الإخبارية، حيث كان يشاع فيما مضى وبصورة متزايدة في دراسة آثـار وسـائل الإعلام نظريات ترتبط ببناء المعاني وتنسب إلى وسائل الإعلام قوة أكـثر مـما تنسـبه نظريـات التأثير الانتقائي، رغم أنه يقال إن هذه القوة طويلة الأجل وغير مبـاشرة، كـما أشـار مجموعـة من دارسي وسائل الإعلام إلى أن استخدام وسائل الاتصال لتشـكيل المعـاني التـي يشـترك فيهـا الناس، هـي استراتيجية فعالـة للغايـة مـن أجـل اكتسـاب سـيطرة اجتماعيـة، أو سياسـية، أو اقتصادية والاحتفاظ بها، وهذه الفكرة لا تكاد تكون جديدة. حيث أن المثـل القـديم القائـل بأن القلم أقوى من السيف، يتحدث عن الاعتقاد بأن كل من يسيطر على الأفكار - أي إنتـاج المعرفة – تكون لديه إمكانية السيطرة على سلوك الناس، دون أن يضطر إلى اسـتخدام القـوة [2].

علاقة المراهقين بالبرامج الإخبارية:

يفضـل المراهقـون بالدرجـة الأولى التعـرض للـبرامج الإخباريـة، يليهـا التعـرض للبرامج الرياضية، كما وجد بإحدى الدراسات[3]. أن معظـم أفـراد العينـة (15-17) سنة طـلاب المرحلـة الثانويـة العامـة بمحافظـة الدقهليـة بنسـبة (63.36%) لـدى المـراهقين بـالحضر وبنسـبة (57.72%) لـدى المـراهقين بـالريف أن أهـم أسـباب متابعتهم للبرامج الإخبارية في التليفزيون، أن موضوعاتها تواكب الأحداث الجارية،

1- http://www.niu.edunews.placeagenda.htm.2004.

2- ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش. مرجع سابق. ص412.

3- علاء محمد عبد العاطي. مرجع سابق. ص311.

وتفوقت عينة الحضر عن الريف في مشاهدتها للبرامج الإخبارية، حيث أجاب (96.25%) من إجمالي عدد المراهقين عينة الحضر مقابل (95.84%) من عينة المراهقين بالريف بأنهم يشاهدون البرامج الإخبارية بالتليفزيون بصفة منتظمة أو غير منتظمة.

في حين أجاب معظم الشباب الذي تتراوح أعمارهم من 16- 40 سنة عينة إحدى الدراسات،[1]. بأنهم يشاهدون البرامج الإخبارية أحياناً بنسبة (58.8%)، بينما أجاب (30.2%) من هذه العينة بأنهم يشاهدونها نادراً، في حين أن نسبة (7.9%) من العينة فقط يشاهدونها دائماً، أي أن نسبة (96.6%) من عينة هذه الدراسة يشاهدون البرامج الإخبارية، وتصدرت الرغبة في إضافة المعلومات والمعرفة إجابات الشباب حول أسباب مشاهدتهم للبرامج الإخبارية، كما جاء ترتيب البرامج الإخبارية لدى هؤلاء الشباب كالتالي: صباح الخير يا مصر- حديث المدينة- حدث في مثل هذا اليوم- نهاية الأسبوع- جولات الرئيس- مجلس الشعب والشورى- العالم بين يديك- موضوع للمناقشة- برامج خاصة- كلام في السياسة- حوار الأسبوع- اقتصاديات – بيت العرب – طلائع النصر- ذاكرة الأمة.

ووجدت إحدى الدراسات[2] أن البرامج الإخبارية ونشرات الأخبار التي تقوم بإذاعتها القناة السابعة بالتليفزيون المصري لم تحتل مركزاً متقدماً في مستوى تفضيل المراهقين(12- 15) سنة عينة تلك الدراسة من طلاب المرحلة الإعدادية بمحافظة المنيا؛ حيث تفوقت عليها الدراما السينمائية والتليفزيونية والبرامج الثقافية والرياضية والمنوعات، بينما جاءت مشاهدة النشرة الإخبارية في الترتيب الثامن في التليفزيون المحلى وجاءت نشرة الساعة الخامسة في المقام الأول، حيث ذكر(4.89%) فقط أنهم يتابعون نشرات أخبار التليفزيون؛ وذلك لأنها لا تستخدم تقنيات تواكب لغة العصر، كما تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين عينتي الحضر والريف في مستوى التعرض للتليفزيون والراديو لصالح عينة الحضر الأكثر تعرضًا،

1- حنان محمد إسماعيل. مرجع سابق. ص285.

2- سراج على عبد اللـه.مرجع سابق. ص291.

كما ظهرت الفروق ذاتها بين عينتي الذكور والإناث لصالح عينة الإناث الأكثر مشاهدة واستماعًا. وهذا قريب مما توصل إليه محمود حسن إسماعيل بدراسته عام 1991، حينما وجد أن الأخبار السياسية تأتي في المرتبة الأولى بين موضوعات الأخبار المقدمة بنشرة أخبار التاسعة بالتليفزيون المصري، إلا أن البرامج الإخبارية والسياسية جاءت في مرتبة متأخرة في أولويات اهتمام المراهقين طلاب المرحلة الإعدادية من محافظتي القاهرة والشرقية سواء في الريف أو في الحضر، وأيضاً لدى كل من الذكور والإناث، حيث احتلت المرتبة السادسة في نسبة المشاهدة، إلا أنه يختلف معه في نسبة مشاهدة المراهقين لنشرات الأخبار؛ حيث وجد أن نسبة (60.8%) من إجمالي عدد المراهقين البالغ (500) مراهق يشاهدون نشرة أخبار التليفزيون، و(24.4%) منهم يشاهدونها بشكل دائم، بينما (75.6%) منهم يشاهدونها أحياناً، كما اتضح من خلال هذه الدراسة اهتمام المراهقون بالأخبار العالمية أكثر من اهتمامهم بالأخبار المحلية، إلا أن هذه النتيجة يمكن ربطها بما توصلت إليه نفس الدراسة في شقها التحليلي لنشرات الأخبار؛ حيث لاحظ أن نشرات الأخبار تهتم بالأخبار العالمية أكثر من اهتمامها بالأخبار المحلية[1].

أما لدى المراهقين الأقل عمراً من (12- 15 سنة) فقد جاءت البرامج الترفيهية في الترتيب الأول، وتلتها البرامج الصحية، ثم جاءت البرامج الإخبارية بالترتيب الثالث بنسبة (17.83%) في تفضيلات البرامج التي يشاهدونها بالقناة السابعة، علماً بأن هذا التفضيل جاء وفقاً للموضوعات التي تقدمها البرامج[2].

كما تبين وجود فروق دالة بين المراهقين (15- 17) سنة الذين يعتمدون على البرامج الإخبارية في التليفزيون في الحصول على المعلومات وبين الذين لا يعتمدون عليها لصالح المعتمدين، وبصفة عامة اختلفت مستويات التنشئة السياسية لدى المراهقين باختلاف مصادر المعلومات التي يعتمدون عليها، رغم أنه لم يتبين وجود

1- محمود حسن إسماعيل. مرجع سابق، 1991. ص241-259.

2- سراج على عبد الله. مرجع سابق. ص298.

فروق دالة بين عينتي الريف والحضر على مقياس التنشئة السياسية[1]، وفي دراسة[2]. أخرى تبين أن هناك اختلاف في مستوى معرفة المراهقين ببعض القضايا المثارة بمضمون البرامج الإخبارية عينة هذه الدراسة باختلاف مصادر المعلومات التي يعتمدون عليها.

في حين كشفت دراسة[3]. سابقة على أن أول ثلاثة برامج تقع ضمن اهتمامات أفراد عينة المراهقين الذكور بمرحلة الثانوية بالريف هي على التوالي البرامج الثقافية، الدينية، الرياضية، بينما أتت البرامج الدينية في المركز الثاني لدى الإناث، بينما في دراسة[4] أخرى تناولت تفضيلات مشاهدة المراهقين طلاب الصف الثالث الثانوي بإقليم شمال الصعيد لبرامج التليفزيون فجاءت البرامج الرياضية بالترتيب الأول، فالمسلسلات، فالأفلام، ثم المسرحيات، أما في الترتيب الخامس ظهرت البرامج السياسية بنسبة (9.70%)، في حين أن البرامج الإخبارية جاءت بالترتيب التاسع بنسبة (5.48%) من تفضيلات المراهقين بهذه الدراسة، كما أن البرامج الإخبارية سبقت تفضيل البرامج السياسية في تفضيلات الذكور والعكس لدى الإناث. وهذا يكشف عن اختلاف الاهتمامات الإعلامية لدى المراهقين وفقاً لنوعهم (ذكور- إناث)، كما يكشف عن اختلاف ميول مشاهدة المراهقين الخاصة بنوعية مضمون برامج التليفزيون التي يرغبون في التعرض لمشاهدتها من مرحلة عمرية لمرحلة عمرية أخرى، ومن بيئة ثقافية وحضارية لأخرى؛ فما كان يتقبل مشاهدته المراهقين بوقت قريب تغير ولم يعد متقبل لديهم الآن، مما يدفع بالقائمين على إعداد الخريطة الإذاعية للبرامج التليفزيونية لأخذ ميول المشاهدين ممن هم في مرحلة المراهقة في الاعتبار حتى يظل التليفزيون المصري محافظاً على جمهور مشاهديه، وحتى لا تكون نوعية البرامج التي يبثها لا توافق احتياجات المراهقين الإعلامية بما يدعوهم للانصراف عن قنواته الأرضية ذهاباً للقنوات الفضائية.

1- علاء محمد عبد العاطي. مرجع سابق. ص318.
2- هاني إبراهيم أحمد. مرجع سابق. ص291.
3- سلوى محمد العوادلي. مرجع سابق. ص306.
4- ناصر محمود عبد الفتاح. مرجع سابق. ص416.

بعض المتغيرات الوسيطة في حجم تعرض المراهقين للقضايا السياسية:

اهتم المؤلف برصد بعض المتغيرات الوسيطة التي تتدخل في تحديد حجم تعرض المراهقين للقضايا السياسية، ومنها:

عمر المراهق:

حصل المراهقون الأكبر سناً على متوسطات درجات أعلى على مقياس التنشئة السياسية مقارنة بالأصغر سناً علماً بأن هذه الدراسة طبقت على المراهقين من 15-17 سنة[1].

نوع المراهق(ذكر/أنثى):

تفوقت الإناث على الذكور في نسب مشاهدتهن للتليفزيون، واستماعهن للإذاعة[2].

مستوى التطلع السياسي الحزبي لدى المراهقين:

جاء الذكور أكثر من الإناث تطلعاً للمشاركة في الحياة السياسية مستقبلاً حينما يصلون إلى مرحلة الشباب، علماً بأنهم من طلاب الصف الثالث الثانوي بمحافظات الفيوم وبني سويف والمنيا وأسيوط[3].

وفي دراسة[4]. أخرى طبقت على عينة من المراهقين (12- 15) سنة طلاب المرحلة الإعدادية والصف الأول الثانوي بمحافظتي المنيا وبني سويف، تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين عينتي الذكور والإناث في مستوى المعلومات السياسية والرغبة

1- علاء محمد عبد العاطي. مرجع سابق، ص323.
2- محمود حسن إسماعيل. مرجع سابق، 1991، ص319.
3- ناصر محمود عبد الفتاح. مرجع سابق. ص311.
4- سراج على عبد اللـه. مرجع سابق. ص298.

للانضمام للأحزاب والمشاركة السياسية، لصالح الذكور، حيث أن (74%) من إجمالي عدد المراهقين عينة الدراسة يحب أن يشارك مستقبلاً في انتخابات مجلس الشعب، وتمثل الدافع لهذه المشاركة السياسية في أن (45.53%) من المراهقين يشاهدون نشرة أخبار التليفزيون. كما توصلت إحدى الدراسات[1]. إلى أن وسائل الإعلام أسهمت في تطلع المراهقين للانضمام للأحزاب السياسية والمشاركة في العمل السياسي، حيث ظهر هذا التطلع لدى الذكور بنسبة (68.8%)، ولدى الإناث بنسبة (50.8%)، مما يعني تفوق الذكور على الإناث في مستوى التطلع للعمل السياسي.

في حين توصلت دراسة أخرى[2] إلى أن من أسباب عدم إدلاء بعض المراهقين طلاب المرحلة الثانوية في محافظة الدقهلية (15-17 سنة) بأصواتهم في الانتخابات مستقبلاً كونهم يعتقدون أن أصواتهم لا تؤثر في نتيجة هذه الانتخابات، ويسود هذا الاعتقاد خاصة بين المراهقين أفراد عينة إحدى الدراسات من المقيمين بالريف. بينما توقع نصف عدد المراهقين المكفوفين (15-17 سنة) عينة إحدى الدراسات من محافظة القاهرة أن يشاركوا مستقبلاً في الانتخابات العامة[3].

- مستوى المعرفة السياسية للمراهقين:

كلما زادت المعرفة لدى المراهقين (طلاب المرحلة الإعدادية من القاهرة والشرقية) زاد مستوى تطلعهم للمشاركة السياسية[4].

1- محمود حسن إسماعيل. مرجع سابق.1991. ص314.

2- علاء محمد عبد العاطي. مرجع سابق. ص354.

3- هيثم ناجي عبد الحكيم، مرجع سابق، 217.

4- محمود حسن إسماعيل. مرجع سابق. 1991. ص361.

فنون التثقيف السياسي للمراهقين كما تمارسها بعض وسائل الإعلام:

جاء المقال من أكثر الفنون التي يفضلها عينة من المراهقين (طلاب الفرقة الأولى بجامعة المنيا)، كما اهتمت المقالات في الصحف الحزبية بنسبة (27.4%) بعملية التنشئة السياسية، بينما حل هدف التثقيف بالمرتبة الثانية[1] بينما جاء الخبر الإذاعي في مقدمة الأشكال التي قدمت في الإذاعة المدرسية للمكفوفين، كما جاء أسلوب الرصد والتسجيل في أولوية أساليب الإذاعة مقابل أسلوب النقد والتحليل في الصحافة المدرسية للمكفوفين[2]. وحول اهتمام الصحف بتنوع القوالب الصحفية المتضمنة فيها والتي استخدمت لمعالجة بعض القضايا السياسية، توصل عربي الطوخي بدراسته[3]. عام 1994، إلى أن أكثر الأنواع الصحفية اهتماما بالقضايا السياسية (وقت إجراء دراسته) الخبر الصحفي بنسبة (27.1%)، يليه التحقيق الصحفي بنسبة (21.8%)، ثم الحديث الصحفي بنسبة (20.2%)، فالمقال بنسبة (16.1%)، ثم التقرير بنسبة (11.2%)، فالصورة والتعليق بنسبة (2.20%).

تأثيرات اعتماد المراهقين على وسائل الإعلام للحصول على معلوماتهم السياسية:

يزداد تأثير وسائل الإعلام كلما زاد تركيزها على الموضوعات أو القضايا التي تهم الجمهور، وهذا ما يؤدى إلى تشديد التركيز والانتباه على بعض القضايا وإهمال الآخر وتهميشه[4].

1- المرجع السابق. ص265.

2- هيثم ناجي عبد الحكيم. مرجع سابق. ص284.

3- عربي عبد العزيز الطوخي. مرجع سابق، 1994. ص260-266.

4- Cosidine-David and Haley Gail. 5 Visual Massages Integrating Imagery In to Instruction: A teacher Resource for Media and Visual Literacy Colorado.1992.

لذا تأتى وسائل الاتصال في مقدمة العوامل المؤثرة في عملية التنشئة السياسية للمراهقين بمرحلة الثانوية وهم من المقيمين بالريف بقريتين إحداهما بمحافظة البحيرة والأخرى بمحافظة القليوبية[1].

إذ تعد وسائل الإعلام أهم المصادر التي يعتمد عليها المراهقون في مصر لاستقاء المعلومات السياسية وظهر ذلك لدى عينة من المراهقين بمرحلة الإعدادية بمحافظتي القاهرة والشرقية عام 1991، بنسبة (78.9%)[2].

فعندما استهدفت الدراسة التي قام بها "محمود حسن إسماعيل، 200" التعرف على اتجاهات التنشئة السياسية لدى عينة من طلاب الجامعات المصرية (المعلومات السياسية والوعى السياسي والمشاركة السياسية) ودور وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية، ومن الجدير بالذكر أن الدراسة طبقت على عينة قوامها (1200) طالب من طلاب الفرقة الأولى من كليات جامعتي الزقازيق والقاهرة من العام الدراسى2002/2001م، وجاءت وسائل الإعلام في المرتبة الأولى بين وسائل التنشئة السياسية بالنسبة لطلاب الجامعات، وجاءت الأسرة في المرتبة الثانية ثم المؤسسة التعليمية وأخيراً جماعات الرفاق، كما جاء التليفزيون في مقدمة الوسائل الإعلامية التي تمد الطلاب بالمعلومات السياسية يليه الصحف ثم الراديو فالكتب، كما تبين أن (39.8%) من الشباب عينة الدراسة يشاركون في اتحاد الطلاب سواء بالانتخاب أو بالترشيح، وأنه كلما زاد تعرض الطلاب لوسائل الإعلام كلما ارتفع مستوى تنشئتهم السياسية خاصة في جانبها المعرفي[3].علماً بأن الاعتماد على وسائل الإعلام لا تقع تأثيراته فقط على المراهقين بل تمتد أيضاً لدى بعض الكبار- ممن تعدوا هذه المرحلة العمرية- هذا ما أكدته نتائج دراسة أميمة عمران -2001، التي قامت بتطبيقها على 110 سيدة من العاملات القانطات في قرى مركز جهينة بمحافظة سوهاج، وتبين

1- سلوى محمد العوادلي. مرجع سابق. ص295.

2-محمود حسن إسماعيل. مرجع سابق. (1991). ص309.

3- محمود حسن إسماعيل. التنشئة السياسية في ظل الانفتاح العالمي: دراسة في دور وسائل الإعلام، مؤتمر الشباب في ظل الانفتاح العالمي الندوة العالمية للشباب الإسلامي، السعودية: الرياض، أكتوبر 2002.

لها صحة الفرض القائل بأنه كلما زاد تعرض المرأة الريفية المصرية لوسائل الإعلام زاد معدل مشاركتها السياسية، ولكن بشكل جزئي، حيث ثبت صحة هذا الفرض مع الراديو، بينما لم يثبت مع كل من التليفزيون والصحف، مع ملاحظة أن عموم التعرض لوسائل الإعلام بوسائله الثلاث مجتمعة يسهم في زيادة معدل مشاركة المرأة المصرية الريفية في صنع القرار السياسي، في حين لم يثبت وجود أي علاقة بين السمات الشخصية لأفراد العينة ومعدل التعرض لوسائل الإعلام، في حين ظهرت العلاقة بين مستوى التعليم ومعدل التعرض خاصة الصحف، كما تبين وجود علاقة بين السمات الشخصية ومعدلات التعرض للمواد السياسية، وخاصة فيما يرتبط بالسن والحالة التعليمية[1].

وذكرت سوزان القليني (1998)[2]. حينما استهدفت دراستها معرفة مدى قدرة التليفزيون المصري في جذب أفراد الصفوة المصرية أثناء تغطيته لحادث الأقصر، في ظل منافسة القنوات والشبكات الدولية التي تستغل هذه الأحداث أفضل استغلال، إضافة لمعرفة مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون المحلى في أوقات الأزمات المحلية والدولية، متخذة من عوامل الثقة وفورية التغطية وتنوع مصادرها متغيرات ذات تأثير على زيادة الاعتماد على التليفزيون المصري أثناء حادث الأقصر، وشملت عينة الدراسة (120) مفردة تنوعوا بين صفوة سياسية وإعلامية، وتوصلت إلى أن التليفزيون الوطني تصدر أول وسائل الاتصال المحلية للمعرفة بالأزمة وجاء كأهم مصادر لمعلومات الصفوة المصرية خلال الأزمة، وشاركته في ذلك شبكة C.N.N، وجاءت التأثيرات الوجدانية في مقدمة التأثيرات المترتبة من اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون، تلتها التأثيرات السلوكية، فالتأثيرات المعرفية، كما كشفت الدراسة عن وجود قصور في تغطية حادثة الأقصر بدليل غياب التقارير والتحليلات المعمقة،

1- أميمة أحمد عمران. دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد (11)، يوليه-سبتمبر 2001، ص ص211-275.

2- سوزان يوسف القليني. مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون في وقت الأزمات: دراسة حالة على حادث الأقصر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ديسمبر 1998، ص ص 33 -64.

إضافة لسطحية التغطية، وإهمال تفاصيل أوردتها بعض القنوات التلفزيونية الغربية، كما قصر التليفزيون المصري في متابعة التطورات المستمرة لما بعد الحدث، فضلاً عن عرض الموضوع بطريقة تهدف إلى التقليل من آثار الحادث، ووجدت فروق بين الصفوة المصرية الإعلامية الأكثر ثقة بالتليفزيون والصفوة السياسية الأقل ثقة والأقل اعتماداً على التليفزيون.

وهذا ما يمكن تفسيره في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، التي ترى أن النظام السياسي يعتمد على موارد وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية[1].

1- زيادة وتدعيم القيم والمعايير السياسية مثل: الحرية – المساواة – إطاعة القوانين – التصويت الانتخابي.

2- الحفاظ على النظام السياسي وتحقيق التكامل الاجتماعي، من خلال بث روح الإجماع، وتكوين الرأي العام.

3- تدعيم الشعور بالمواطنة Citizenry لتنفيذ الأنشطة الأساسية مثل: الحماس للحرب، أو المشاركة في التصويت الانتخابي.

4- التحكم وكسب الصراعات التي تقع داخل السيادة السياسية مثل/صراعات الأحزاب، أو الصراعات بين النظام السياسي ونظم اجتماعية أخرى مثل: النظام الديني للفصل بين الدين والدولة.

من جانب آخر تعتمد وسائل الإعلام على النظام السياسي لتحقيق الأهداف التالية:

1- اكتساب الحماية التشريعية والقضائية والتنفيذية مثل: حماية التعديل الأول من الدستور الأمريكي لوسائل الإعلام.

2- الحصول على معلومات رسمية وغير رسمية لتغطية الأخبار مثل: عقد المؤتمرات الصحفية، والحصول على تصريحات بشأن الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

1- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد. مرجع سابق. ص319، 320.

3- تحقيق عائد من الإعلانات السياسية في أوقات الانتخابات.

ومع ذلك يمكن أن يحدث الصراع بين النظام السياسي ووسائل الإعلام بسبب رغبة الحكومات في فرض رقابة على النشر، وسرية المعلومات لعدم حصول وسائل الإعلام عليها، وإخفاء الفساد السياسي، وكذلك رغبة وسائل الإعلام في ممارسة دور "الحراسة" لمراقبة سياسيات الحكومة، وترويج مبدأ الحق في المعرفة، والحفاظ على سرية المصادر الإعلامية. كل ذلك قد يؤدى إلى صراع بين وسائل الإعلام والنظام السياسي، ومع ذلك لا يستطيع النظام السياسي ووسائل الإعلام أن يعيش ويحقق أهدافه بدون الاعتماد على الآخر، فبنفس الطريقة يحدث الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى مثل: الأسرة والنظم الدينية، والتعليمية، والعسكرية، والثقافية[1]. وهذا ما يفسر سعى الأنظمة السياسية للاعتماد على النظام الاتصالي بهدف تأكيد قيم أعرافها السياسية، وترسيخها، وتثبيت أركان نظامها وتدعيمه، وتعبئة المواطنين، وتوجيه الصراع العام داخل المجتمع، والتحكم فيه[2].

لذا استخلص المؤلف مما سبق ما يلي:

1- تختلف مصادر المعلومات والتثقيف السياسي بين المراهقين حسب إختلاف الإقليم الثقافي الذى ينتمي كل منهم إليه؛ فالمراهقين بصعيد مصر، مازالت الأسرة تعد المصدر الأول لتزويدهم بالمعلومات السياسية، إلا أن دورها في التنشئة الاجتماعية يتأثر بنوعية الأسرة ذاتها؛ فيزداد مع الأسر النقاشية- التي تناقش أولادها- عن الأسر الاستبدادية التي يغيب فيها النقاش، ولابد أن تتابع الأسر المحتوى السياسي الذى يتعرض له أطفالهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت)

2- تقوم وسائل الإعلام التقليدية بتغذية المراهقين بالمعلومات السياسية مما يزيد من حجم ثقافتهم السياسية، سواء أكانت صحف أو إذاعة أو تليفزيون، وتختلف درجات اعتماد المراهقين على هذه الوسائل باختلاف ثقافة البيئات المحلية التي

1- المرجع سابق. ص340.

2- خالد صلاح الدين حسن. (1997). مرجع سابق. ص2.

ينشؤون فيها، ومدى إتاحة كل وسيلة بالنسبة لكل مراهق. فعلى سبيل المثال يعتمد مراهقو الريف على التليفزيون للحصول على معلوماتهم السياسية أكثر من مراهقي الحضر، كما تختلف الاهتمامات الإعلامية لدى المراهقين وفقاً لنوعهم (ذكور- إناث).

3- إمداد الجمهور بالمعلومات الضرورية من الأدوار التي يقوم بها الإعلام الحر في مجتمع ديمقراطي. وتتضح قدرة وسائل الإعلام الإخبارية على وضع أجندة الجمهور من خلال تركيز قوة مصادر الأخبار التي تساهم في وضع أجندة وسائل الإعلام والجمهور لأولويات القضايا والاهتمامات السياسية.

4- يفضل المراهقون بالدرجة الأولى التعرض للبرامج الإخبارية التي تعتبر إحدى الأدوات السياسية في أي نظام إعلامي، ويشبهها المؤلف بالقوة الناعمة في تشكيل اتجاهات رأى عام جمهور المراهقين إذا ما أحسن استخدامها لأداء هذا الدور، لذا يجب أن تحظى بمزيد من التدقيق لمحتواها ويراعى إعدادها بشكل لا يزيد من تشتت الطفل المشاهد واقحامه في صراعات سياسية قد تؤثر سلباً على حجم مشاركته السياسية مستقبلاً، وقد تشكل صور ذهنية سلبية كانت أم إيجابية عن العمل السياسي.

5- تسعى وسائل الإعلام المصرية للحفاظ على استقرار المجتمع من خلال السيطرة الاجتماعية على مصادر المعلومات، وهذا ما يعكسه التنافس الدائر بين كل من القنوات العامة بالتليفزيون المصري والقنوات المتخصصة والمستقلة، إذ تسعى كل منهم للتنافس على الاستحواذ على أكبر كم – عدد ممكن من المشاهدين وفق آليات وعوامل السيطرة التالية:

- انتقاء الموضوعات التي تهم أكبر عدد ممكن من المشاهدين.
- انتقاء مصادر المعلومات المسيطرة على المعلومات المتصلة بهذه الموضوعات.
- عوامل فنية وتقنية ترتبط بطريقة عرض الموضوعات والشكل الذي تظهر به البرامج الإخبارية.

فيظهر خلال الآونة الأخيرة على شاشات وبرامج التليفزيون (باختلاف هوية امتلاكها) لفظ (انفراد)، وهذا ما يوضح سعى كل منهم للمشاركة في هذه المنافسة.

6- من الصعب التصدي للعديد من المشكلات البحثية التـي تـرتبط بظـواهر سـيكولوجية دون الاهتمام بدوافع الكائن الحي التي تقوم بالدور الأسـاسي في تحديـد سـلوكه كـماً وكيفـاً، حيث أن دراسة دوافع السلوك تزيد من فهم الإنسان لنفسه ولغيره من الأشخاص وذلـك لأن معرفتنا بأنفسنا تزداد كثيراً إذا عرفنا الدوافع المختلفة التي تحركنا أو تدفعنا إلى القيام بأنواع السلوك المتعددة في سائر المواقف والظروف كما أن معرفتنا بالدوافع التي تدفع الآخـرين إلى القيام بسلوكهم تجعلنا قادرين على فهم سلوكهم وتفسيره[1]. كما أن دراسة الدوافع تساعدنا على التنبؤ بالسلوك الإنساني في المستقبل فإذا عرفنا دوافع شخص ما فإننـا نسـتطيع أن نتنبـأ بسلوكه في ظـروف معينـة كـما نسـتطيع أن نسـتخدم معرفتنـا بـدوافع الأشـخاص في توجيـه السلوك إلى وجهات معينة[2]. وبخاصة عندما نستهدف التعـرف عـلى علاقـة أطفـال بوسـائل الاتصال والتثقيف السياسي، وبخاصة وهم يمرون بفترة المراهقة وما يصاحبها مـن نمـو سريـع وتغيرات بيولوجية وفسيولوجية داخلية وخارجية تجعل المراهقين متوترين وقلقين[3].

7- على الرغم من التقدم التكنولوجي والعلمي في المجتمع وأهميته إلا أنه مما لا شك فيه أن الوقت الذى يكرس لوسائل الاتصال الحديثة من كمبيوتر وإنترنت ومحمـول ودش وغـيره، يؤدى إلى ما يسمى بالاغتراب الإلكتروني يحرم الأطفال المراهقين مـن قضـاء وقـت أطـول مـع ذويهم وبعضهم البعض، ويأخذ من الوقت الذى كان يحتمل أن يخضعون فيه للثقافة العليـا واكتساب المعلومات بالتواصل المباشر مع الآخرين، فكل ما يصل للفرد فقط من خلال شاشـة الكمبيوتر والإنترنت وأيضاً المحمول هو الصوت ونبراتـه، ولا توجـد رؤيـة مبـاشرة للأشـخاص، وهذا يجعل العلاقات ناقصة لأن لغة الجسد (مثل: تعبيرات الوجـه- حركـة العـين- الملامـح- وضع الجسـم- الابتسـامات - الـدموع) التـي تعـد مـن العنـاصر الهامـة في عمليـة الاتصـال

1- عبد الحليم محمود السيد وآخرون. علم النفس العام، ط3 (القاهرة، مكتبة غريب، 1990)، ص417.

2- عثمان نجاتي. علم النفس في حياتنا اليومية (الكويت: دار القلم، 1983)، ص 74.

3- محمد توفيق. فاعلية برنامج إرشادي لفحص الأعراض الإكتئابية لدى طلاب الجامعـة المـراهقين، رسـالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية البنات، 1997) ص26.

والتواصل بين الناس، فكل ما يصدر عن الفرد من إشارات وحركات ومشاعر ونبرات لها تأثيرها الفعال على الآخرين وعلى استجاباتهم وردود أفعالهم[1].

1- نبيلة أمين على أبو زيد.مرجع سابق. ص ص 72 – 91.

التوصيات:

1- ضرورة مراجعة محتوى التنشئة السياسية بالكتب الدراسية بما يساعد على إعداد مواطن صالح في مجتمع ديمقراطي يعترف بالحريات، ويحفز الطفل القارئ على المشاركة السياسية، ويوضح حقوق الفرد، وواجباته، على أن لا تتضمن المقررات الدراسية الطلاب ثقافة الخضوع والسمع والطاعة، دون مناقشة لرموز السلطة السياسية أو المدرسية.

2- على مصادر التثقيف السياسي للطفل المراهق مراعاة خصائص المرحلة العمرية التي تتوجه إليها، ومراعاة الفروق الفردية بين المراهقين، وبعض خصائصهم الديموغرافية مثل: سن المراهق، ونوعه (ذكر- أنثى)، والبيئة الاجتماعية التي نشأ فيها (ريف – حضر).

3- على الصحف الحزبية مراعاة خصائص المرحلة العمرية التي يمر بها قرائها من المراهقين الذى يستهويهم نقد أداء الحكومة ويشكل لديهم اتجاهات سلبية نحوها وهو ما يؤثر سلباً على تعزيز قيمة الانتماء الوطني لديهم مستقبلاً نتيجة ضعف قدرة بعضهم على التميز بين مفهومي الحكومة والدولة. وفى المقابل يجب على الصحافة القومية أن لا تحاول تشكيل اتجاهات إيجابية للمواطن نحو النظام السياسي بما يضعف من مدى المصداقية التي يمنحها المراهقين لمحتواها وسيؤثر على حجم وكم التعرض لمحتواها.

4- الاهتمام بإعلام الطفل بجميع مراحل نموه، وعدم الاستخفاف بعقولهم في مرحلة المراهقة؛ فالحركة الطلابية خلال الفترة من (1922- 1952)، أنتجت العديد من زعماء الحركة السياسية المصرية الذين قادوا العديد من المعارك السياسية ضد الاحتلال البريطاني ودورهم في الدفاع عن القضية الفلسطينية، وإسقاط الحكومات الفاسدة أن ذاك، والمشاركة في أحداث سعد زغلول في مناهضة فصل السودان عن مصر منذ عام 1924، والأعمال الفدائية التي قام بها الطلبة المنتمين لحركة جماعة الإخوان المسلمين ومما سبق يتضح أن الحراك السياسي بين الطلبة، له تأثيرات

واضحة وملموسة على الحركة الوطنية السياسية في تاريخ مصر[1]. وهذا ما يشكل خطر دائـم يجب التصدي له من خلال كافة وسائل التسليح الثقافي، ومن أهمها التليفزيون الوطني نظراً لضعف ثقافة الأطفال في هذه المراحل العمرية، وغياب مصادر المعلومات السياسية الموثـوق في نواياها الحسنة، وهذا ما يعد دور الإعلام الوطني في مواجهة الغزو الثقافي الدائم.

5- يجب على وسائل الإعـلام وبخاصـة التليفزيـون المصري الحفـاظ عـلى سـلامة المجتمـع وتحقيق التوازن في اتجاهات عرض القضايا السياسية، وعدم إتاحـة الفرصـة لـبعض القنـوات المغرضـة أو التـي لا يعـرف غرضـها أو اتجاهاتهـا السياسـية للاسـتحواذ عـلى عقـل ووجـدان الجمهور المصري ويتضاعف هذا الخطر في حالـة تعـرض المـراهقين لهـذه القنـوات، نظـراً لمـا يتصف به أطفال هذه المرحلة العمرية من خصائص نمو، ولتجنـبهم بعـض المخـاطر النفسـية والمعرفية والسلوكية، وقد يعد ذلك من الأهداف التربويـة للإعـلام، أو الأهـداف ذات الأبعـاد الأمنية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية للمجتمع المصري.

1- عاصم محروس عبد المطلب. الطلبة والحركـة الوطنيـة في مصر: 1922-1952، العـدد 67، سلسـلة مصر النهضة، مركز تاريخ مصر المعاصر، الإدارة المركزية للمراكز العلمية (القـاهرة: الهيئـة العامـة لـدار الكتـب والوثائق القومية، 2007)، ص35-370.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

(نقل - توظيف)

اهتمت العديد من نظريات الاتصال بدراسة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، ومن بينها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، التي تقول بأن أفراد الجمهور يعتمدون على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات ويختلف تأثيرها وفق درجات اعتمادهم عليها، لذا لا يعد التالي عرض واف لجميع ما تقول به هذه النظرية، بقدر ما يراه المؤلف إعادة قراءة لها بغية الوقوف على بعض الأسس التي قامت عليها.

أولاً: أدبيات منظور اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام:

1- الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام "التأثير والتأثر":

ترى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أن الأفراد مثل النظم الاجتماعية، ينشئون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام، لأن الأطفال توجههم الأهداف، وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام الجماهيرية[1].

وبالتالي فهم قد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم، فالفرد يهدف لتأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة، ويحتاج إلى التسلية والترفيه كهدف أيضاً في نفس الوقت. إلا أن الأفراد ومنهم الأطفال لا يستطيعون ضبط أو تحديد نوع الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام أكثر مما هي عليه، ولكنهم يستطيعون تحديد ما لم ينشر من رسائل، لأن وسائل الإعلام تحدد ما ينشر أو لا ينشر بناء على العلاقة الدائرية مع أفراد المتلقين، مثلها مثل النظم الاجتماعية, ويظهر بالتالي تأثير الخصائص والسمات الفردية والاجتماعية على تطوير هذه العلاقة الدائرية مع وسائل الإعلام[2].

1- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد. مرجع سابق. ص323.

2- محمد عبد الحميد. مرجع سابق. ص233.

ويتضح من خلال التعرف على ملامح علاقة الاعتماد المتبادلة بين الأفراد ووسائل الإعلام أن النظرية ترى أن أية علاقة اعتماد يجب أن تقـوم عـلى دعـامتين لإقامـة علاقـة اعتماديـة بـين طرفين، أو جزئيين من النظام الاجتماعي وفقاً لصياغة مؤسسا النظرية.

2- شروط نشأة وإقامة علاقات اعتماد الأطفال على وسائل الإعلام واستمراريتها:

لما كانت علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على ركيزتين أساسيتين- هما:[1].

الأهداف: من أجل أن يحقق الأفـراد والجماعـات والمـنظمات الكـبرى أهـدافها الشخصـية والجماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على مـوارد يسـيطر عليهـا أشـخاص أو جماعـات أو نظـم أخرى، والعكس بالعكس.

المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقـق أهـدافهم، ومـن بينهـا وسائل الإعلام كنظام معلومات يجب على الآخرين أن يحصلوا عليها من أجل بلوغ أهدافهم.

فهاتان ركيزتين لتكوين علاقـة بـين الأطفـال والـبرامج التليفزيونيـة توصـف بكونهـا علاقـة اعتمادية من جانب الأطفال على هذه البرامج للحصول على المعلومات، كما تعد أسس إقامـة علاقات اعتمادهم على وسائل الإعلام، ومحك استمراريتها، كما يفسر في ضوئها دوافع تعـرض الأطفال للبرامج التليفزيونية لتحقيق حاجاتهم الشخصية والجماعية.

في ضـوء مـا سـبق تفـترض النظريـة أن الأفـراد ومـنهم الأطفـال لـديهم أهـداف شخصـية وجماعيـة باعتبـارهم أحـد أجـزاء النظـام الاجتماعـي في المجتمـع، ولبلـوغ أو تحقيـق هـذه الأهداف فعليهم أن يعتمدوا على مصادر أخرى (غير ذواتهم) للحصول على معلومـاتهم وقـد يكون من بينها التليفزيون الذى يعد أحد نظم وسائل الإعلام في المجتمع.

1-حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد. مرجع سابق. ص ص314- 315.

3- أهداف اعتماد الأطفال على وسائل الإعلام كمصادر للحصول على المعلومات:

ترى النظرية أن الأفراد (ومنهم الأطفال) يعتمدوا على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:[1].

الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعليم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل مثل أن تقرر ماذا تشترى، وكيف ترتدى ثيابك، وكيف تحتفظ برشاقتك، وتوجيه تفاعلي مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.

التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل الراحة والاسترخاء والاستثارة، والتسلية الاجتماعية مثل الذهاب إلى السينما، أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء، أو مشاهدة التليفزيون مع الأسرة.

4- أنواع علاقات الاعتماد التي ينشئها الأفراد مع وسائل الإعلام:

يرى مؤسسا النظرية أن هناك أنواع لعلاقات الاعتماد التي ينشئها الأفراد مع وسائل الإعلام، وهذا ما يعد دراسة نمطية لاعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، على النحو المبين بالشكل التالي:

1- نفس المرجع السابق. ص323.

التسلية	التوجيه	الفهم
التسلية المنعزلة، مثل: الاسترخاء عندما تكون بمفردك أو لديك شيء تفعله بنفسك	توجيه العمل، مثل: أن تقرر ماذا تشترى وكيف تلبس ثيابك أو كيف تحتفظ برشاقتك	معرفة الذات، مثل: التعلم عن ذات المرء، النمو كشخص
التسلية الاجتماعية، مثل: الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأسرة أو الأصدقاء	توجيه تفاعلي تبادلي، مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة	الفهم الاجتماعي، مثل: معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها

شكل رقم (1) يوضح الدراسة النمطية لعلاقات الاعتماد الفردية على نظام وسائل الإعلام

افترضا مؤسسا النظرية أن البقاء أو النمو من الدوافع الإنسانية الرئيسية، التي تدفع الأفراد إلى تحقيق ثلاثة أهداف هامة هي: الفهم، والتوجيه، والتسلية.

وفقاً لرؤيتهم الواقعية بأن المخلوقات البشرية مدفوعة لفهم أنفسها وبيئاتها الاجتماعية، وهى تستخدم هذا الفهم في توجيه أعمالها وتفاعلاتها المتبادلة مع الآخرين، وتعتبر التسلية هدفاً جوهرياً على حد سواء، فهي سمة لكل المجتمعات، وهى أكثر من مجرد وسيلة تهرب أو تخلص من التوتر، كما أنها أيضاً وسيلة لكى نصبح "اجتماعيين" ونتعلم الأدوار والقواعد والقيم بالتسلية مع الآخرين، علاوة على أننا نعبر، في لهونا، عن أنفسنا وثقافتنا، مثلما يحدث في الرقص والرياضة والطقوس والاحتفالات.

وقدم مؤسسا النظرية شرحا لهذه الأنواع من علاقات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كما يلي:[1] (علماً بأنه يقصد بتبعيات علاقة الاعتماد: تأثيراتها وتبعيات الهدف).

(1/4) تبعيات الفهم:

تشير معرفة الذات إلى علاقات وسائل الإعلام التي توسع قدرات الأفراد أو تحافظ عليها لتفسير معتقداتهم وسلوكهم ومفاهيمهم الذاتية أو شخصياتهم، وتنشأ تبعيات الفهم الاجتماعي عندما يستخدم الأفراد مصادر معلومات وسائل الإعلام لفهم وتفسير الأشخاص والثقافات، وأحداث الماضي والحاضر والمستقبل، وتعد

1- ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش، مرجع سابق، ص ص418- 420.

"مسائل المعاني والمعرفة" أساسية لتبعيات الفهم، بحيث يكون هدف الفهم أمراً خارجياً بالنسبة للفرد في حالة الفهم الاجتماعي، وداخلياً في حالة معرفة الذات.

(2/4) تبعيات التوجيه:

من الأمور الرئيسية لتبعيات التوجيه "مسائل السلوك"؛ حيث يشير توجيه العمل إلى عدد وفير من الطرق التي يقيم فيها الأفراد علاقات اعتماد على وسائل الإعلام من أجل الحصول على توجيهات لسلوكيات معينة لأنفسهم.

وبعض السلوكيات الدنيوية تتعلق بأحداث الحياة اليومية، من الاستيقاظ في الصباح، وعمل أشياء معينة طوال اليوم، والتوجه للنوم في الليل.

وهناك تأثيرات أخرى أكثر أهمية مثل: الاقتراع السياسي، والاقتصادي (شراء منزل)، والديني (تأييد أو معارضة النشاط الديني من بعيد)، أو قانوني (الذهاب إلى محاكم المطالب الصغيرة)، أو طبى (التمرينات الرياضية أو الإقلاع عن التدخين)، أو سلوكيات لحل مشاكل الأزمات (مكافحة كارثة طبيعية).

وتتطلب تبعيات توجيه التفاعل التبادلي أن يكون هدف العمل شخصاً أو أكثر، وعندما يحصل الأفراد شيئاً فشيئاً على معلومات وسائل الإعلام عن أنواع السلوك (بما في ذلك سلوك التخاطب) المناسبة أو الفعالة في علاقاتهم الشخصية (المحبون، الأنسباء، أو الوالدين) أو إزاء شاغلي مناصب اجتماعية أو مهنية (صاحب عمل، أو رجال تنفيذ القانون، أو رجال الدين)، فإنهم يظهرون تفاعلاً تبادلياً قائماً على التوجيه ونتيجة لاعتمادهم على وسائل الإعلام. وهناك مثال آخر مألوف من هذا النوع من التبعية وهو يحدث عندما يتوجه الأفراد إلى وسائل الإعلام للحصول على دلالات عن كيفية التصرف حيال "جماعات خارجية" مثل المجموعات العرقية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو المعوقين ممن ليست لهم تجربة كبيرة أو اتصال معهم.

(3/4) تبعات التسلية:

إن نفس التمييز بين السلوك الشخصي إزاء السلوك الاجتماعي يحدث مع أنواع من تبعات التسلية؛ حيث تشير تبعية التسلية المنعزلة إلى حالات تكون فيها محتويات وسائل الإعلام من تذوق الجمال أو المتعة، والتنشيط، أو خواص الاسترخاء، هي ذاتها عنصر الجاذبية. وقد يكون هناك أشخاص حاضرين، ولكن وجودهم يكون ثانوياً بالنسبة للفرد، على سبيل المثال عندما يشاهد الفرد فيلمًا تليفزيونيًا.

وعلى النقيض من ذلك فإن علاقة التبعية في التسلية الاجتماعية تقوم على أساس قدرة وسائل الإعلام على أن تقدم محتويات تحث على التسلية بين الأشخاص، وفى هذه الحالة تكون المحتويات الإعلامية ثانوية بالنسبة للأصدقاء، أو للأسرة، أو غيرهم من المجتمعين معاً كشركاء مشاركين في سلوك إعلامي. فمن حقائق الحياة الاجتماعية أن الفهم والتوجيه واللعب لا يمكن تحقيقها بسهولة بدون الوصول إلى مصادر الآخرين، ووسائل الإعلام هنا واحدة من المصادر الأكثر جوهرية.

استخلص المؤلف مما سبق أن نوع العلاقة الاعتمادية للفرد على وسائل الإعلام تتوقف على الثلاثة أهداف الرئيسية التي ذهبت إليها النظرية وهى: (الفهم – التوجيه – التسلية). وهى نفسها تمثل الدوافع العامة لاعتماد الطفل على وسائل الإعلام.

وبالتالي يمكن تصنيف أنواع علاقة الفرد الاعتمادية على وسائل الإعلام وفقاً اللـهدف من اعتماده على وسائل الإعلام، فكل نوع يرتبط بمجموعة من الأهداف لدى الفرد لاعتماده على وسائل الإعلام كمصدر يحصل منه على المعلومات.

ما سبق يفيد بأن التبعية تعني: النتيجة أو التأثير أو حزمة من التأثيرات التي ترتبط بأنماط أو أنواع من علاقات اعتماد الفرد على وسائل الإعلام. فإذا كان هدف الفرد شخصي يرتبط بفهم ذاته فهذا يتبع نمط الفهم كأحد أنواع علاقات اعتماد الفرد على وسائل الإعلام.

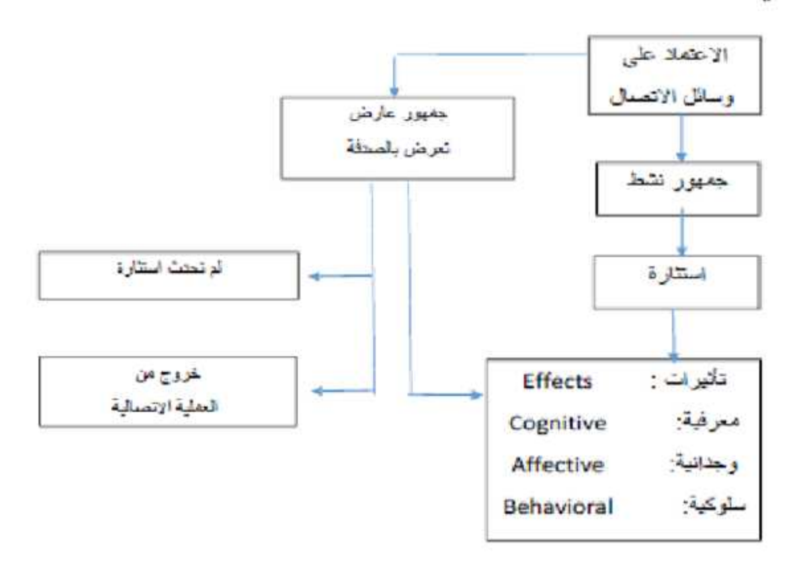
كما ترتبط نوع علاقة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام (الفهم – التوجيه – التسلية) بمجموعة من الأهداف التي كشفت عنها النظرية وأصبحت بموجب نتائجها دراسة نمطية مؤكدة فترتبط بالأشخاص: في حالة التوجيه التفاعلي، كما

يرتبط هدف التوجيه بصفة عامة بمسائل السلوك، ثم يأتي هدف الفهم لـدى الفـرد المعتمـد على وسيلة إعلامية ما: عندما يرتبط بأمر خارجي في حالـة الفهـم الاجتماعـي، أمـا إذا ارتـبط بمعرفة الذات فيكون الهدف أمراً داخلياً بالنسبة للفرد، وهذا ما يحدث في حالة اعتماد الفرد على وسيلة إعلاميـة مـا للحصـول عـلى المعلومـات كـما تكشـف عنـه أهدافـه الشخصـية أو الجماعية.

فكل هدف لدى الفرد يدفعه للاعتماد على وسائل الإعلام يـرتبط بـه مجموعـة مـن أوجـه التأثيرات. التي تم تقسيمها إلى أنواع من التبعيات.

5- مراحل الاعتماد على وسائل الإعلام:

قدمت "سوزان القليني" (1998) مراحـل الاعـتماد عـلى وسـائل الإعـلام، كـما هـو موضـح بالشكل التالي:



شكل رقم (2) يوضح مراحل علاقة الاعتماد[1]

1- سوزان يوسف القليني.الاتصال ووسائله ونظرياته. (القاهرة: دار النهضة العربية، 1998) ص190، 191.

وذكرت بأن كل من "ملفين ديفلير" و"ساندرابول روكيتش" وصـفا كيفيـة اعـتماد الجمهـور على وسائل الإعلام من خلال المراحل الأربعة التالية:

- المرحلة الأولى:

توضح أن هناك جمهوراً نشطاً يختار مضموناً معيّنًا أو وسـيلة معينـة مـن وسـائل الإعـلام وفقاً لدوافعه وحاجاته، أما باقي أفراد الجمهور غير النشـط فإمـا أن تسـتثار دوافعهـم ليـتم التعرض أو أنهم يخرجون نهائياً من العملية الاتصالية.

- المرحلة الثانية:

كلما زادت قوة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام كلما زادت الاستثارة المعرفيـة والعاطفيـة وبالتالي زادت المشاركة.

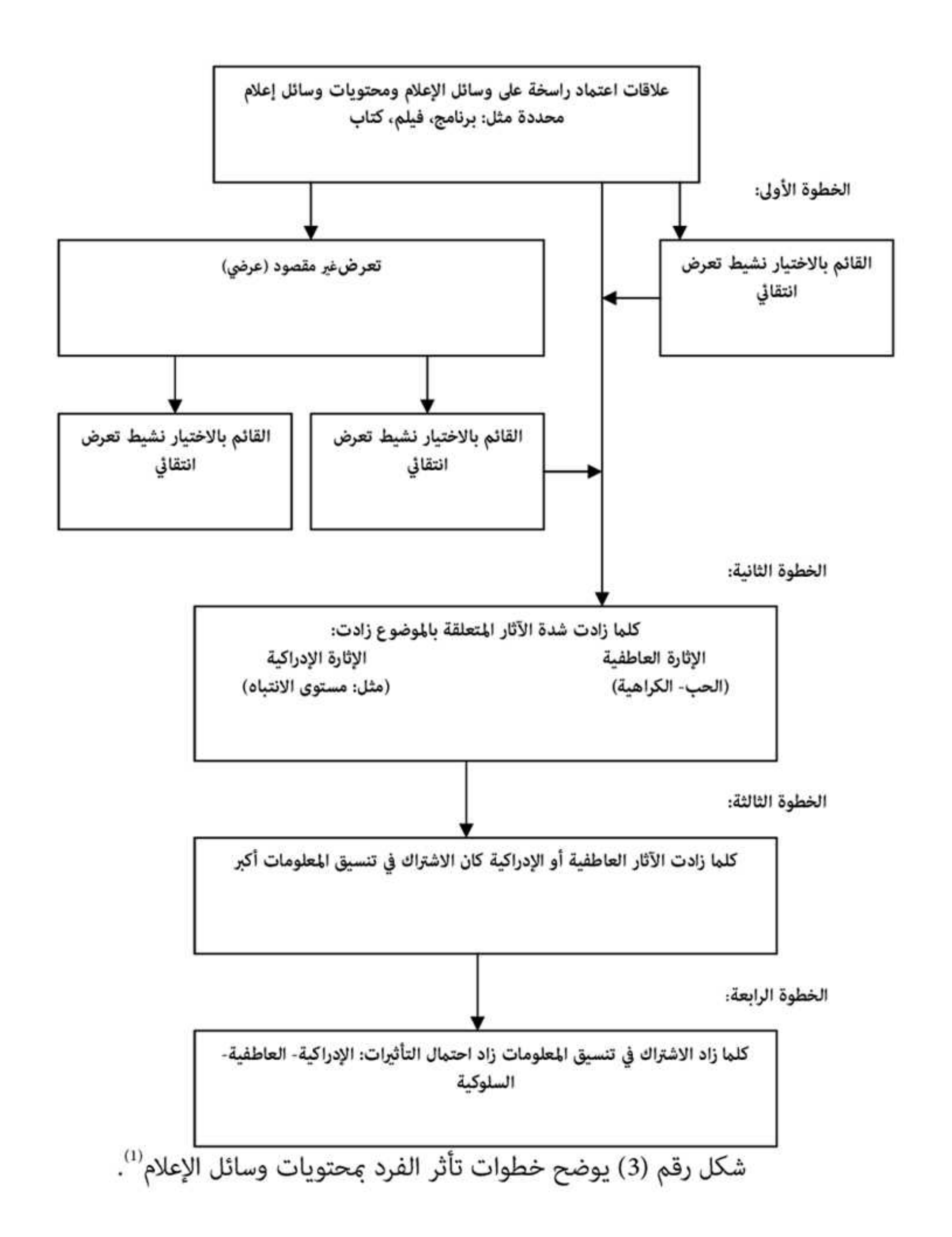
- المرحلة الثالثة:

تزداد فيها درجة الاندماج والمشاركة واستيعاب المعلومات وبالتالي تـزداد درجـة الاسـتثارة المعرفية والاتجاهية التي حدثت من قبل.

- المرحلة الرابعة:

كلما زادت درجة الاندماج زادت احتمالات حدوث التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية نتيجة الاعتماد على وسائل المعلومات في الحصول على المعلومات.

في حين قام "حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد" في نفس العام (1998) بشرح العملية النفسية الإدراكية وفق تقديم مؤسس النظرية لها من خلال النموذج التالي:



شكل رقم (3) يوضح خطوات تأثر الفرد بمحتويات وسائل الإعلام[1].

1- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق. ص322.

حيث يبدأ هذا النموذج بفرد يتفحص وسائل الإعلام بدقة، ليقرر بفعالية ما يرغب في الاستماع إليه، أو مشاهدته، أو قراءته. أو بشخص يتصل بشكل عرضي بمحتويات وسيلة إعلامية، وتحدث الخطوات التالية:[1].

الخطوة الأولى:

يتسم القائم بالاختيار بالنشاط، وينتقى محتوى معين من وسائل الإعلام، ويتوقع أن التعرض سوف يساعده على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم، والتوجيه، والتسلية وتعتمد التوقعات على:

1- تجارب وخبرات سابقة.

2- تحادث مع أصدقاء أو زملاء عمل.

3- إشارات يحصل عليها من مصادر وسائل الإعلام (مثل: خريطة البرامج اليومية).

والشخص الآخر يكون مراقب عارض، أو بالصدفة بدون توقعات مسبقة، وأغلب الناس يختارون بنشاط ما يودون التعرض إليه في معظم الأوقات، ولكنهم مراقبون لوسائل الإعلام في بعض الأحيان.

الخطوة الثانية:

تصبح جوانب أخرى من عملية الاعتماد ذات أهمية، فليس كل الأشخاص الذين يتعرضون لوسائل الإعلام، سوف يفعلون ذلك بنفس القدر من الاعتماد، كما أنه ليس كل الأشخاص تتحرك بواعث اهتمامهم في خلال فترة تعرض عارضة، وتتوقف شدة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال فروق في ما يلي:

1- نفس المرجع السابق، ص ص323- 325.

1- الأهداف الشخصية.

2- الوضع الشخصي والاجتماعي.

3- التوقعات، فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتوى الوسيلة الإعلامية.

4- سهولة الوصول إلى المحتويات.

وأهداف الأفراد كثيراً ما تعكس متغيرات في بيئاتهم، وعندما تكون هذه البيئات حافلة بالغموض أو التهديد مثلاً يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام إذ أن الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام غالباً ما يكون ضرورياً لحل الغموض، وتقليل التهديد الحقيقي أو المحتمل. فعلى سبيل المثال: الأشخاص الذين يكونون هم أنفسهم أو أحباؤهم مصابين بمرض خطير، كثيراً ما يقيمون علاقات اعتماد قوية بوسائل الإعلام، من أجل الحصول على معلومات تساعد في تقديم أفضل خدمة طبية أو مساعدة.

ولابد أن تختلف كذلك توقعات الأشخاص بشأن فائدة عرض معين. فالشخص الذى يختار بنشاط، من الواضح أن لديه توقعات أعلى من المراقب العارض، فكلما زاد توقع الأشخاص لتلقى معلومات مفيدة، زادت قوة اعتمادهم على وسائل الإعلام.

وبعض وسائل الإعلام ليست كذلك متاحة على نطاق واسع ومتساوية لجميع الأفراد، مثل: أن تكون الوسيلة غالية الثمن، أو إمكانية الوصول إليها محدودة كاستخدام الكمبيوتر والاتصال بشبكة الإنترنت.

وعندما يكون اعتماد الأشخاص على برنامج تليفزيوني – مثلاً- منخفضاً أو منعدماً، فإننا نتوقع أن نجدهم يتحدثون أو يفعلون أشياء أخرى في أثناء تشغيل جهاز التليفزيون، وبالتالي لا يحتمل أن يكون شعورهم قوياً تجاه البرامج إيجاباً أو سلباً، وما سبق يعكس أهمية التعرف على ظروف تعرض الأطفال للتليفزيون، حيث يحدث بعد التعرض الخطوتين التاليتين:

الخطوة الثالثة:

حيث ترتبط بعمليات إثارة إدراكية أو عاطفية لدى الأفراد بعد التعرض، فالأشخاص الذين أثيروا إدراكياً أو عاطفياً سوف يشتركون في نوع من التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض، مثل: الإقلاع عن التدخين، أو بدء التدريبات الرياضية، أو إجراء فحوص طبية. حيث يعتبر الاشتراك مفهوماً أساسياً. مثل السياسي الذى يقول: " أحبوني أو اكرهوني، ولكن لا تتجاهلوني" إنما يتحدث عن أهمية مشاركة الجمهور ويشير إلى ضرورة الاشتراك والمساهمة النشطة في تنسيق المعلومات.

الخطوة الرابعة:

وهى المرحلة الأخيرة التي يتوقف على حدوثها إمكانية الاستدلال على بعض الآثار المعرفية أو الوجدانية أو السلوكية الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، حيث أن الأفراد الذين يشاركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر قابلية للتأثر بمحتوى وسائل الإعلام. ومن ثم فهذه المشاركة لها آثار معرفية أو وجدانية أو سلوكية على الفرد.

6- تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام ومكانة تشكيل الاتجاهات فيها:

يحدد "مليفين دلفير وساندرا بول روكيتش" الآثار الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في ثلاث فئات رئيسية هي:

(1/6) تأثيرات معرفية: Cognitive Effects

تتضمن تلك التأثيرات زيادة في المعلومات ومعرفة الأخبار والأحداث، خاصة في أحوال الأزمات أو الاضطرابات، كما تتضمن إزالة الغموض الناتج عن نقص المعلومات لفهم معنى الأحداث، وتشكيل الاتجاهات، وتدعيم القيم[1].

1- محمد عبد الحميد، مرجع سابق. ص ص237-239.

حيث تقوم وسائل الإعلام بدفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين للاهتمام بها وخاصة في أحوال الأزمات أو الاضطرابات أو الحروب.

ويعنى ذلك زيادة في المعلومات ومعرفة الأحداث والأخبار وإزالة الغموض الذى يحدث عادة نتيجة افتقاد المعلومات الكافية لفهم معنى الأحداث[1].

وهذا ما أكده "حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد" (1998) بأن التأثيرات المعرفية لاعتماد الأفراد على وسائل الإعلام تشمل: كشف الغموض، تشكيل الاتجاهات، ترتيب أولويات الاهتمام، اتساع المعتقدات، القيم، على النحو الآتي:

الغموض: Ambiguity

الغموض عبارة عن مشكلة ناتجة إما عن نقص في المعلومات، أو معلومات بها صراع وتناقض، وترتبط مشكلة الغموض بالآثار المعرفية لوسائل الإعلام.

ويرجع ذلك لأنه في حالات عديدة تكون وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات، ويحدث الغموض حين تكون هذه المعلومات غير مكتملة، أو يكتنفها الغموض والتضارب، فالغموض يمكن أن يحدث لأن الناس يفتقرون إلى معلومات كافية لفهم معنى حدث، أو يفتقرون إلى المعلومات التي تحدد التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإعلام.

وأشارت بعض البحوث إلى أن نسبة الغموض تزداد حين تقع أحداث غير متوقعة مثل: كارثة طبيعية، أو اغتيال زعيم سياسي وحين تقدم وسائل الإعلام معلومات غير متكاملة أو معلومات متضاربة بشأن هذه الأحداث، في هذه الحالة يتولد الإحساس بالغموض لدى أفراد الجمهور، فهم يدركون وقع الحدث، ولكنهم لا يستطيعون تفسيره أو معرفة أسبابه وآثاره واحتمالاته المستقبلية، كما يحدث الغموض لدى الجمهور أيضاً في ظروف التغيرات الاجتماعية السريعة، وتحديث المجتمعات التقليدية، والناس الذين يعتمدون أكثر على وسائل الإعلام، هم الذين يحاولون

---

1 - سوزان يوسف القليني، مرجع سابق. ص192.

الحصول على معلومات بسرعة لإزالة الغموض، وبدون الاعتماد على وسائل الإعلام، قد يحتاج الأمر إلى أيام أو شهور أو سنوات لكشف أسباب الغموض في المعلومات[1].

تشكيل الاتجاهات: Attitudes Formation

يستخدم الأفراد معلومات وسائل الإعلام التي يعتمدون عليها في تشكيل الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع، حيث ساهمت وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو قضايا مثل: الفساد السياسي، والدعاية لرموز سياسية جديدة، وقادة الدين، والعلماء، والرياضيين، ونشر المبتكرات، وتنظيم الأسرة، ومشكلات البيئة، وأزمات الطاقة.

لذا تعد تشكيل الاتجاهات من الآثار المعرفية الشائعة للأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام[2]، ولكن يجب عدم إغفال دور العوامل الانتقائية في تشكيل اتجاهات الأفراد.

ترتيب الأولويات: Agenda-setting

تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور الذى يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة، والمشكلات الملحة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع.

اتساع المعتقدات: Enlargement

تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور، لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام. ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى: الأسرة أو الدين أو السياسة بما يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية.

1- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق. ص326.

2- يلاحظ أن النظرية قصرت تشكيل اتجاهات الأفراد باعتبارها آثار معرفية فقط، وبذلك أغفلت المكون الوجداني والسلوكي للاتجاهات، كما تجمع عليها أدبيات علم النفس الاجتماعي.

القيم: Values

القيم هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها مثل: الأمانة – الحرية – المساواة – التسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم[1].

(2/6) تأثيرات وجدانية: Affective Effects

يظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، ومن أمثلة تلك التأثيرات، الفتور العاطفي Desensitization أو اللامبالاة، وزيادة الخوف والقلق Fear and Anxiety[2].

وذلك مثل مشاعر الحب والكراهية وغيرها التي تقوم بأشكال مختلفة وفى سياقات متعددة، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية، تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه الذى تستهدفه هذه الرسائل ومن أمثلة هذه التأثيرات، الفتور العاطفي والقلق والخوف.

كما ترى سوزان القليني (1998) ان هذه التأثيرات تعنى بالتأثير العاطفي الأساسي لوسائل الإعلام ويتمثل في:[3].

- زيادة الحساسية (للعنف- زيادة المخاوف- القلق).
- بعض التغيرات المعنوية (الاغتراب – الألفة).
- بعض التغيرات الشعورية (الحب- الكره- الفخر).

ويحدد مؤسسا النظرية التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام لدى المعتمدين عليها في: الفتور العاطفي أو اللامبالاة، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاغتراب، من خلال الآتي:

1- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق. ص 327.
2- محمد عبد الحميد، مرجع سابق. ص ص237-239.
3- سوزان يوسف القليني، مرجع سابق. ص192.

الفتور العاطفي: Desensitization

يفترض أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام يؤدى إلى الشعور بالتبلد أو اللامبالاة، وعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين حين تقع أحداث عنيفة في الواقع الحقيقي.

وتشير بعض الدراسات إلى أن الاستثارة الناتجة عن مشاهدة أعمال العنف في وسائل الإعلام تتعرض للنقصان التدريجي وتؤدى إلى الفتور العاطفي.

الخوف والقلق: Fear and Anxiety

عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاغتيالات، فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين، والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع.

الدعم المعنوي والاغتراب: Morale and Alienation

من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطنين أو تزايد شعورهم بالاغتراب.

كما يؤكد "كلاب" Klapp أن المجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسية، ترفع الروح المعنوية لدى الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحد والاندماج، وخاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمى إليها الفرد، كما يلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات وسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية[1].

(3/6) تأثيرات سلوكية: Behavioral Effects

ومن أهم هذه التأثيرات السلوكية في هذا المجال الفعالية Activation ويعنى إقدام الفرد على القيام بسلوك ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وعدم الفعالية Deactivation ويعنى تجنب القيام بفعل معين نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية. والتأثيرات السلوكية في النهاية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية[2].

1- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق. ص328.

2- محمد عبد الحميد، مرجع سابق. ص ص237-239.

كما تعنى التأثيرات السلوكية الحركة أو الفعل أو فقدان الرغبة في الحركة أو الفعل؛ فعندما يتعرض الأفراد لقضية ما يكونون اتجاهاً نحوها، فبناء على هذا الاتجاه يشعر الفرد بالرغبة في القيام بتصرف وعندما يترجم هذا التصرف إلى حركة تتحول إلى سلوك[1].

وتنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام وفقاً لمؤسسا النظرية في سلوكين أساسيين هما التنشيط والخمول.

التنشيط: Activation

التنشيط يعنى قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو المنتج النهائي لربط الاثار المعرفية والوجدانية، وقد يتمثل هذا التنشيط في: اتخاذ مواقف مؤيدة لمطالبة المرأة بحقوقها، والمساواة بين الجنسين، أو الإقلاع عن التدخين، أو التبرع المادي أو المعنوي لفئات معينة، والتنشيط في هذه الحالة يكون مفيداً اجتماعياً، ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام قد يكون ضاراً اجتماعياً مثل: التورط في أعمال ضد المجتمع، ومحاكاة العنف والجرائم والأنشطة الضارة بالمجتمع.

الخمول: Deactivation

الخمول يعنى عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، وقد يتمثل الخمول في العزوف عن المشاركة السياسية، وعدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي، وعدم المشاركة في الأنشطة التي تفيد المجتمع. وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها، تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل، وزيادة الإحساس بعدم الفرق بين "أيهما يكسب أو يخسر؟" وهى حالات داخلية تدفع الفرد إلى الخمول وعدم المشاركة[2].

وتهتم أغلب بحوث الاعتماد على وسائل الإعلام بالآثار الإدراكية، أو الآثار على الإدراك الحسى، والمواقف، والمعرفة، والقيم. أما الآثار الوجدانية مثل: مشاعر الخوف

1- سوزان يوسف القليني، مرجع سابق. ص192.

2- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق. ص329.

والسعادة والحب والكراهية، فإنها تحظى باهتمام أقل. كذلك فإن الصلة بين أبعـاد التـأثيرات الإدراكية والسلوكية أقل وضوحاً[1].

7- فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

قدم "ملفين ديفلير" و"ساندرا بول روكيتش" فرضيات نظرية الاعتماد عـلى وسـائل الإعـلام تم صياغتها على النحو التالي:

كلما زادت التغيرات والأزمـات في مجتمـع مـا كلـما زادت حاجـة الجمهـور إلى المعلومـات والتوجيه وبالتالي تزيد درجة الاعتماد على وسائل الاتصال وما تقدمه مـن معلومـات في هـذا المجتمع.

يقل اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال الجماهيرية كلما كان لديه بدائل ومصادر أخـرى بديلة للمعلومات أو مصادر إعلام خارجية.

يختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الإعلام؛ فجمهور الصـفوة مـن المفـترض أن يكون لديه مصادر أخرى متعددة للمعلومات تجعله يتفاوت في درجة اعـتماده عـلى وسـائل الإعلام.

وكلما زادت الحاجة إلى وسائل الإعلام وزاد الاعتماد عليها زاد احـتمال أن تغـير المعلومـات من معارف الجمهور ومشاعره وسلوكه[2].

والأفراد في المجتمع الحـديث يعتمـدون بصـورة متزايـدة عـلى المعلومـات المسـتمدة مـن وسائل الإعلام وذلك لإمدادهم بالمعلومات والتوجيه فـيما يتعلـق بمـا يحـدث في مجـتمعهم، ويتوقف نوع ودرجة هذا الاعتماد على عاملين أساسين:

1- المرجع السابق نفسه. ص325.

2- سوزان يوسف القليني، مرجع سابق، ص ص189- 190.

الأول: درجة التغير والصراع أو عدم الاستقرار الذى يعانى منه المجتمع؛ بحيث يزداد اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام في حالة الأزمات والطوارئ والكوارث والحوادث لمعرفة المزيد من الأخبار والمعلومات.

الثاني: درجة أهمية وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات في هذا المجتمع، ويعتبر اعتماد الفرد المكثف على معلومات وسائل الإعلام سمة تميز المجتمعات المتحضرة لفهم العالم الاجتماعي المحيط والقيام بالسلوك الاجتماعي بشكل ذو معنى بالإضافة إلى الهروب إلى عالم الخيال والمتعة.

8- توصيف علاقات اعتماد الأطفال على التليفزيون:

على اعتبار أن وسائل الإعلام لها علاقات بالأفراد والجماعات والمنظمات الاجتماعية الأخرى. فقد تصور مؤسسا النظرية أن تكون مثل هذه العلاقات تتصف بالتالي:[1].

- من حيث سمة العلاقة: علاقات تتسلط عليها الصراعات، أو تكون متعاونة، وقد تكون ديناميكية ومتغيرة، أو ساكنة ومنتظمة.

- من حيث شدة العلاقة: فقد تتراوح العلاقات بين أن تكون قوية، ضعيفة.

- من حيث اتجاه التأثير: فقد تتراوح العلاقات بين أن تكون مباشرة، أو غير مباشرة.

- من حيث مستويات الاعتماد على وسيلة إعلامية لاستقاء المعلومات، وهى:

الاعتماد المطلق: يعنى الاعتماد على وسيلة محددة فقط لاستقاء المعلومات، حيث لا ترافقها وسيلة أخرى.

الاعتماد الكلى: فيقصد به الاعتماد على هذه الوسيلة المحددة مع وجود وسائل أخرى، لكن لا توازيها في درجة الأهمية.

الاعتماد المتوسط: أي الاعتماد على هذه الوسيلة المحددة لاستقاء المعلومات، مع وجود وسيلة أخرى توازيها في الأهمية.

1- المرجع السابق نفسه. ص414.

- الاعتماد المنخفض: وهو الاعتماد على هذه الوسيلة المحددة لاستقاء المعلومات، مع وجود وسائل إعلامية أخرى أكثر منها أهمية لدى الفرد لاستقاء معلوماته من خلالها.

الاعتماد الغائب أو المفقود: يعنى عدم الاعتماد على هذه الوسيلة نهائياً، حيث تنوب عنها وسائل إعلامية أخرى كلياً في إمداد الفرد بالمعلومات[1].

9- أسس تفسير دور التليفزيون في تشكيل اتجاهات الأطفال:

كما يوحى اسم النظرية بأن العلاقة الرئيسية التي يقوم عليها منطق هذا النهج، هي علاقة تبعية، وقد تكون هذه العلاقات مع نظام وسائل الإعلام بشكل إجمالي، أو مع أحد أجزائه، مثل: التلفزيون أو الإذاعة أو الصحف أو المجلات[2].

وفى ضوء علاقة اعتماد الأطفال على البرامج التليفزيونية للحصول على معلوماتهم المرتبطة بأحد الموضوعات، فإن العلاقة بينهما هي التي تتحمل عبء التفسير؛ أي تفسير لماذا يكون لبرامج تليفزيونية ما أحياناً تأثيرات قوية ومباشرة، وفى أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما[3].

10- حدود تفسير قدرة البرامج التليفزيونية على التأثير في تشكيل اتجاهات جمهور المعتمدين عليها من الأطفال:

ترى النظرية أن قوة وسائل الإعلام تكمن في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم، وأن علاقة الاعتماد هذه ليست ذات اتجاه واحد، وإنما تعتمد وسائل الإعلام أيضاً على

1- عربي محمد المصري. "الأخبار السلبية في التليفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني: دراسة مسحية"، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2000)، ص161.

2- المرجع السابق نفسه. ص414.

3- ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش، مرجع سابق. ص414.

مصادر المعلومات التي يسيطر عليها الآخرون. وهذا ما يشير إلى أن وسائل الإعلام ليست قوية تماماً، وفقاً لاعتمادها على مصادر تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى لكى تمارس عملها بكفاءة أيضاً.

وذلك ما يقصد به مفهوم الاعتماد المتبادل Interdependence، فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الاعتماد على بعضها البعض[1].

11- النقاط التي يجب مراعاتها في تفسير تأثيرات وسائل الإعلام:

يتم تطبيق نموذج اعتماد الفرد على وسائل الإعلام للتعرف على تأثيرات وسائل الإعلام، مع مراعاة النقاط التالية في تفسير تأثيرات وسائل الإعلام الآتي:[2].

1- عدم المبالغة في أهمية وسائل الإعلام للفرد، فهي تجعل تحقق أهداف الفهم والتوجيه والتسلية أكثر سهولة، لكنها ليست الوسيلة الوحيدة لبلوغ هذه الأهداف، فالأفراد يتصلون في نهاية الأمر بشبكات داخلية من الأصدقاء والأسرة، وكذلك بنظم تربوية وسياسية وغيرها، تساعد الناس أيضاً على بلوغ أهدافهم.

2- أن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر معلومات معينة تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية، لذا فهي لا تشارك فكرة المجتمع الجماهيري في أن وسائل الإعلام قوية لأن الأفراد منعزلون بدون روابط جماعية.

3- أنه كلما زاد المجتمع تعقيداً، زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام.

4- أن القدر النسبي من قوة نظام وسائل الإعلام تجاه أي نظام اجتماعي آخر، يفترض بوجه عام هو نتاج توزيع المصادر واعتماد كل نظام على الآخر أي علاقة التبعية البنائية[3].

1- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد. مرجع سابق. ص317.

2- المرجع السابق نفسه. ص420.

3- المرجع السابق نفسه. ص417.

12- مصطلح المعلومات كما استخدمه مؤسسا النظرية:

استخدم مؤسسا النظرية مصطلح المعلومات بوجه عام للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنـواع الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام، ويشيرون إلى أن الفروق التقليدية التي توحى بأن الأخبار شيء يتعلق بالمعلومات، في حين أن التسلية ليست كذلك، هي فروق مضـللة؛ حيـث أن هـذا الأسلوب من التفكير غير صحيح لسببين:

الأول: أنه يتجاهل الطرق التي يستخدم بها الأشـخاص محتويـات التسـلية لفهـم أنفسـهم وعـالمهم، أو العـوالم الكـبرى التـي تتجـاوز خـبراتهم المبـاشرة، ولتوجيـه أعمالهـم وتفـاعلاتهم التبادلية مع الآخرين. وقصر فكرة المعلومات على "الأخبار" فقط سوف يوحى بأن ما يتعلمـه الناس من التسلية ليست له أية نتائج هامة على المعاني التي ينشئونها ويتصرفون بموجبها، أو على تطبيعهم للمجتمع.

الثاني: عنـدما نسـتبعد التسـلية عـن دنيـا المعلومـات، فإننـا نقلـل دور اللعـب في الحيـاة الشخصية والاجتماعية، رغم الحكمة النفسية والإنسانية المتناقضة لذلك، فـإن اللعـب بصـفة عامة، يعامل بشكل خاطئ وكأنه بعد غير هام من الدوافع الإنسانية، ومع ذلك فإن التسـلية تصبح أمراً جاداً في كثير من الجوانب الهامة، فهي على سبيل المثال شيء جاد في تنمية الطفـل مثل استخدامها في اكتسـابه اللغـة أو تكـوين الهويـة، سـواء تمثـل ذلـك في شـكل طقـوس أو مسابقات أو احتفالات التي تسهم في التضامن الاجتماعي.

لهذه الأسباب يتضح المفهوم الأوسع لاستخدام مصـطلح المعلومـات، الـذي يعتـبر أن كـل الرسائل لها إمكانية التأثير على الكيفية التي يفكر ويشعر ويتصرف بها الناس[1].

1- المرجع السابق نفسه. ص ص415- 416.

13- سيطرة وسائل الإعلام على مصادر المعلومات:

ترى النظرية أن وسائل الإعلام نظام معلومات يسيطر على ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات، هي:

المصدر الأول: هو جمع أو انتاج المعلومات؛ الذى يتمثل في مسئوليات عمل ومهام المندوب الإخباري أو المراسل الإخباري أو أحد أعضاء فريق البحث المشارك في انتاج البرامج التليفزيونية بالتليفزيون، حيث يتحمل مسئولية جمع المعلومات والأحداث التي يفترض القائم على انتاج وإعداد هذه البرامج التليفزيونية أن جمهور المشاهدين يحتاجوا إلى معرفتها أو لديهم اهتمام بمعرفتها.

المصدر الثاني: هو تنسيق المعلومات؛ ويشير إلى تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان، لكى تخرج بصورة مناسبة في شكل برنامج إخباري.

المصدر الثالث: هو نشر المعلومات أو القدرة على تقديمها لعدد غير محدود من الجمهور[1].

وفي ضوء ما ذهبت إليه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تندرج أهمية البرامج التليفزيونية كأحد مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الأطفال من خلال ما تحظى به وسائل الإعلام من أهمية ومكانة لدى باقي أنظمة المجتمع التي تعتمد عليها.

14- التعليق على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

على الرغم من الاهتمام الذى حظيت به نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلا أنها تعرضت - كغيرها من النظريات والنماذج – للعديد من الانتقادات يمكن ذكر أهمها في النقاط التالية:

1- ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش، مرجع سابق. ص415.

تبالغ النظرية في درجة اعتماد الأفراد على النظام الإعلامي[1].

تصلح النظرية لشرح وتفسير النتائج قصيرة المدى للاعتماد على وسائل الإعلام أكثر من صلاحيتها لتفسير نتائج الاعتماد على وسائل الإعلام على مدى الطويل، كما لم تتجنب النظرية بشكل واضح على سؤال مهم وهو ما إذا كان هناك مستوى أمثل لدرجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام أم لا[2].

تضخم النظرية من تأثير وسائل الإعلام خاصة في وقت الأزمات الطارئة، كما تتغافل تماماً دور قنوات التأثير الشخصي مثل الاتصال داخل الجماعة أو داخل المنظمات.

في حين ترى سوزان القليني (1998) أن من مزايا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنها توضح الآتي:[3].

التأثيرات المحتملة لوسائل الإعلام على الجمهور.

طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال والرأي العام.

ان الجمهور أيضاً يؤثر في وسائل الإعلام وفى النظام الاجتماعي ككل.

تمكن النظرية من استخدام نفس المفاهيم الأساسية التي تنطبق على العلاقات الكبيرة المجردة بين النظم لبحث العلاقات الأكثر تحديداً (والصغيرة) بين الأفراد ووسائل الإعلام الجماهيرية[4].

تمثل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام محاولة لجمع بعض ما ذهبت إليه نظريات وسائل الاتصال المعاصرة؛ حيث تتجه نظريات وسائل الاتصال المعاصرة إلى

1- Denis McQuail and Sven Windfall. Communication Models For the Study of Mass Communications. (New York: Longman Inc., 1981), p.65.

2- Stanly J. Baran and Dennis R. Davis. Mass Communication Theory: Foundations,Ferment and Future. (New York: Wadsworth publishing Company, 1995) p. 229.

3- سوزان يوسف القليني، مرجع سابق. ص 191-192.

4- ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش. مرجع سابق. ص417.

أن تكون على المستوى الصغير، ولم تركز على التبعيات على مستوى كبير، ويبدأ كل منها بافتراضات مختلفة، تنشأ من شكلها الخاص، أو فروضها الضمنية، وتضم نمطاً معيناً من متغيرات مستقلة، وتقدم تفسيرات وتنبؤات لمجموعة فريدة من متغيرات تابعة. وليس بينها ما هو خطأ تماماً، لكن ليس بينها بالتأكيد ما يشير إلى الطريقة التي ترتبط بها المكونات المختلفة للبنية الاجتماعية الكلية، بوجود نظام وسائل إعلام مؤسسة بعمق داخل المجتمع، وهذا ما حاولت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التصدي له[1].

لذا يرى المؤلف أن ثمة اتساق بين رؤية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لدور جمهور الأفراد وتأثرهم نتيجة اعتمادهم على وسائل الإعلام، وتعريف الاتصال كما أوردته "جيهان رشتي" (1993) بأنه العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقى ومرسل الرسالة (كائنات حية، أو بشر، أو آلات) في مضامين اجتماعية معينة. وفى هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية معينة، أو معنى مجرد، أو واقع معين. فنحن حينما نتصل نحاول أن نشرك الآخرين ونشترك معهم في المعلومات والأفكار. فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء.

ولا يقصد بالمعلومات الأخبار أو الحقائق فقط. بل المقصود بذلك أي مضمون يعمل على التقليل من عدم اليقين أو عدد البدائل المحتملة في أي ظرف من الظروف. بهذا المعنى تدخل العواطف والحقائق والآراء والتوجيه والاقناع تحت اصطلاح الاتصال. وليس من الضروري قصر الاتصال على استخدام الرموز. بل من الممكن أن يتم الاتصال عن طريق استخدام المعاني الكاملة أو اللغة الصامتة التي تنقل معلومات أساسية وهامة[2].

1- المرجع السابق نفسه. ص413.

2- جيهان أحمد رشتي، مرجع سابق. ص53- 54.

ثانيًا: قراءة لأسس بناء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

سعى المؤلف إلى استنباط بعض الأسس التي قامت عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام "Media System dependency theory" من خلال تحليل رؤية مؤسسي النظرية كما وردت ببعض الأدبيات التي تناولتها لاستخلاص العناصر التالية:

1- التوجه العام لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

استندت نظريات الاتصال في مراحل نشأتها المبكرة على نماذج الاتصال الوافدة من علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي بصفة خاصة وتأثرت بها، حيث قدمت هذه المداخل النظرية لبحوث الاتصال النماذج الأساسية التي ارتكزت عليها نظريات الاتصال فوفقاً لاهتمام علماء الاجتماع بأساليب السيطرة الاجتماعية كانت للدراسات الاجتماعية صلة وثيقة بوسائل الإعلام وتأثيرها[1].

ولما كانت نظرية البنائية الوظيفية التي أسسها عالم الاجتماع "تالكوت بارسونز Parsons" شائعة منذ ظهورها في أوائل خمسينات القرن الماضي كأحد المداخل النظرية في علم الاجتماع، ومثلت أبرز المنطلقات السسيولوجية خلال هذه الحقبة التاريخية فنشأت في أحضانها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وهذا ما يبدو أنه قد انعكس على فروضها النظرية، ولذا يمكن اعتبار مدخل التحليل الوظيفي هو معبر انتاج نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والمدخل النظري الاجتماعي الذى قامت على أساسه.

هذا ما يفسر وصفها بأنها نظرية ذات منشأ سوسيولوجي وظيفي تنطلق من الفرضية ذاتها حول تحليل الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام مما يجعل الأفراد يعتمدون عليها لتحقيق أهدافهم وإشباع احتياجاتهم، كما تركز بدورها على العلاقة المتبادلة بين الأفراد ووسائل الإعلام والمجتمع لتحقيق الأهداف الفردية والجماعية وفقاً لطبيعة أهداف ومصادر كل مكون من هذه المكونات الثلاثة، كما تركز على

1- نفس المرجع السابق، ص23.

السؤال الخاص: ماذا يفعل الأفراد بوسائل الإعلام، لذا فهذه النظرية لا تكتفى بمراعـاة التـأثير السببي لكيفية تأثير وسائل الاتصال عـلى الجمهـور أو كيـف يكـون رد فعـل الجمهـور نحـو مضمون الوسيلة، إنما تتعدى ذلك لتـدرس الخصـائص التفاعليـة للعلاقـة بـين وسـائل الإعـلام والجمهور والوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام، والإشباع الذى تحققه لجمهورها[1].

فاستخلص المؤلف أن النظرية بصفة عامة تتناول دور وسائل الإعلام بمعنـاه الـوظيفي، أي وفقاً للوظيفة المجتمعية التي تؤديها وسائل الإعلام، والتي ترتبط بصلة وثيقة بدرجـة اعـتماد الجمهور عليها كمصادر للحصول على معلوماتهم حول مختلف الموضوعات.

لذا بات التعرف على دور وسائل الإعـلام في حيـاة الجمهـور بأسـلوب مبـاشر يعتمـد عـلى عملية التقييم الفردي التي يقوم بها أحد أفراد الجمهور وفقاً للوظيفة التـي تحققهـا وسـائل الإعلام لديه كما يدركها هـو، فعـلى سـبيل المثـال: عنـدما نـدرس دور التليفزيـون في تشـكيل اتجاهات الأطفال فلن يكون سؤالنا: ماذا يفعل التليفزيون في اتجاهات الأطفال؟ بل سـيكون: ماذا يفعل الأطفال بالتليفزيون، وهل لهذه الأفعال أثر على تشكيل اتجاهاتهم؟ وهـذا الفهـم هو ما سيوجه مسارنا البحثي للتعرف على هذا الدور.

2- نظر مؤسسا النظرية لمكونات المجتمع:

اعتبر مؤسسا النظرية المجتمع تركيباً عضـوياً، يشـمل أفـراد وجماعـات ومـنظمات ونظم سياسية ونظم اقتصادية ونظم إعلامية، وغيرها من النظم الاجتماعية، هـذا مـا دعا لوصف النظرية بأنها نظرية بيئيـة (في المعنـى الأصـلي للتعبـير)؛ لاعتبارهـا تركـز على العلاقات بين النظم الصغرى، والمتوسطة، والكبيرة ومكوناتها؛ فالنظريـة البيئيـة

1- August. E. Grant & Kendall. Guthrire & Sandra. J. Ball. Rockeach."Television Shopping, Media System Dependency Perspective".Communication Research.Vol.18, No. 6, 1991, Pp.773-798.

تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيف أن أجزاء معينة من نظم اجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات[1].

3- رؤية مؤسسا النظرية لمكانة وسائل الإعلام:

في إطار نظرة مؤسسا النظرية للمجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، يشمل أفراد وجماعات ومنظمات ونظم سياسية، اقتصادية، إعلامية، وغيرها؛ فتأتي وسائل الإعلام كأحد الأنظمة المتضمنة بالمجتمع، لكنها تحظى بمكانة اجتماعية هامة لما لها من قوة تكمن وتستمد من حجم سيطرتها على المعلومات، تجسدت هذه المكانة من خلال اعتبارها جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وفقاً للأدوار أو الوظائف المتبادلة التي تحققها للنظام الاجتماعي العام في المجتمع[2].

4- ماهية مفهوم الاعتماد:

بناء على رؤية مؤسسا النظرية للمجتمع المستمدة من نظرية البنائية الوظيفية للمجتمع لـ"بارسونز"، افترضا أنه توجد علاقات بين النظم التي يحتويها أي مجتمع، وتقوم هذه العلاقات على محور وظيفي يتمثل في مبدأ - أو سلوك - الاعتماد؛ حيث تفترض النظرية أن هناك علاقة اعتمادية بين نظم المجتمع، بحيث يعتمد كل نظام من الأنظمة المكونة لأحد المجتمعات على غيره من أنظمة المجتمع الأخرى[3].

1- ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش، مرجع سابق، ص414.

2- نفس المرجع السابق.

3- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص ص317-320.

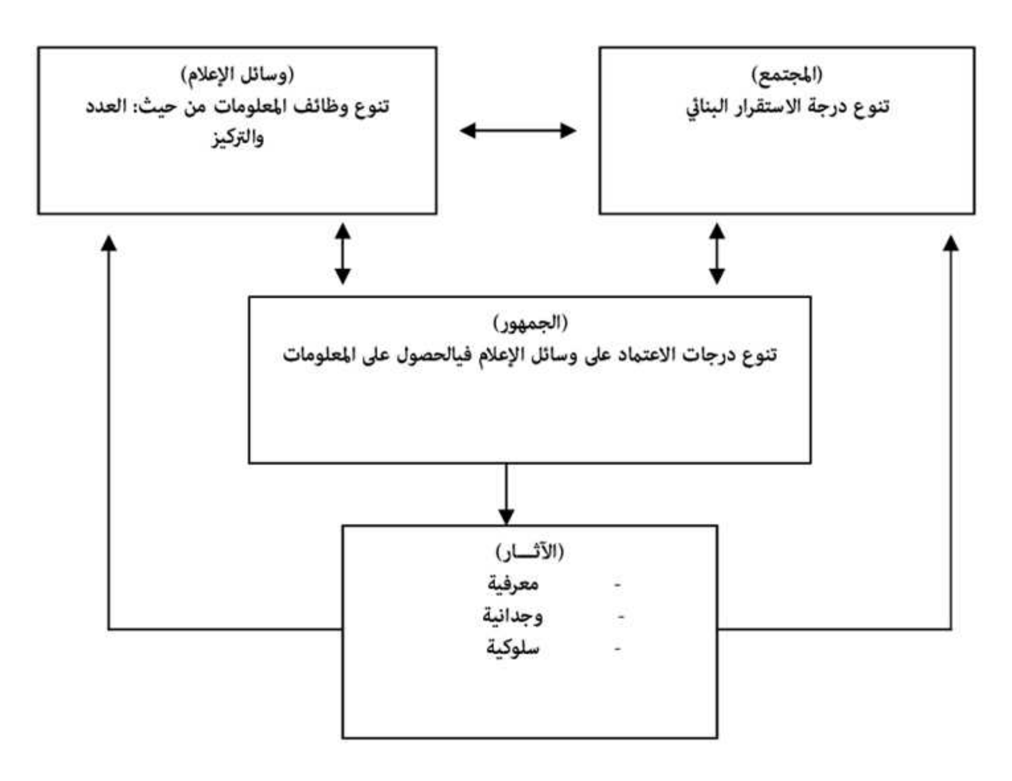
5- علاقات الاعتماد المتبادلة كما تذهب إليها النظرية:

تطرح نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مفهوماً مركباً لعلاقة اعتماد متبادلة بـين نظـامين أساسيين هما نظام وسائل الإعلام من ناحية، والنظام الاجتماعي الذى يضم الأفراد والجماعات والمؤسسات المختلفة من ناحية أخرى، على النحو الآتي:[1].

- الاعتماد على وسائل الإعلام:

من خلال النظر لوسائل الإعلام باعتبارها أحد أنظمة المجتمع التي تـؤثر فيـه وتتـأثر بـه - وفقاً لمبدأ الاعتماد- تعد وسائل الإعلام كنظام للمعلومات تعتمد عليها أنظمة المجتمـع، كـما تعتمد هي أيضاً على هذه الأنظمة، وهذا ما اطلق عليه مؤسسا النظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي، واقترحا النموذج التالي للتعبير عن هذا الاعتماد المتبادل بين كل من وسائل الإعلام، والنظم الاجتماعية الأخرى، والجمهور:

1- William E. Loges. "Canaries in the Coal mine, perceptions of threat and media system dependency Relations".Communication Research.Vol. 21.No. 1.1994, P.6.



شكل رقم (4) العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والمجتمع والجمهور[1]

- الطبيعة ذات الاتجاهين لعلاقات الاعتماد على وسائل الإعلام:

تكمن قوة وسائل الإعلام كنظام معلومات في أي مجتمع من خلال سيطرتها على مصادر معلومات نادرة، يعتمد الأفراد وكذلك المجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعيةوالمجتمعات عليها لتحقيق أهدافهم، وعلاقة التبعية للأهداف/المصادر تحدد القدر المناسب من سلطة وسائل الإعلام في أي موقف معين، وهى المتغير الأساسي فيما إذا كان السؤال الذى ينبغي توجيهه سيكون عن الوحدات الاجتماعية (الكبيرة) أو (الصغيرة).

1- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص316.

وعلاقة التبعية هذه ليست ذات اتجاه واحد، إذ أن قوة التعادل لا تتضمن كيف يعتمد الآخرين على مصادر الإعلام لا لتحقيق أهدافهم فحسب، بل وكيف يعتمد نظام وسائل الإعلام أيضاً على المصادر التي يسيطر عليها الآخرين، إذ أن لنظام وسائل الإعلام أهداف أيضاً، ولبلوغ هذه الأهداف يلزمه الوصول إلى أبعد من المصادر الخاضعة لسيطرته، فيمكن فهم نظام وسائل الإعلام فيما يتعلق بالعلاقات بين أجزائه العديدة، بما في ذلك الأشكال المطبوعة والالكترونية، وكل منظمات وسائل الإعلام التي تشترك في جمع وإنتاج وتنسيق ونشر المعلومات، والاتحادات المهنية، ونقابات العمال، وغيرها من المنظمات التي تشترك في صنع منتجات الاتصال الجماهيرية[1].

وهذا ما يفسر اعتماد فريق إعداد بعض البرامج التليفزيونية على مضمون أخبار نشراتها الإخبارية، والأخبار المنشورة بالصحف، أو مواد إخبارية نقلاً عن برامج أخرى أو قنوات تليفزيونية فضائية أخرى، وأيضاً اعتمادها على عدد من المسئولين الحكوميين أو رؤساء نقابات أو اتحادات عمالية وغيرهم كالمرشحين السياسيين إبان الانتخابات للحصول على المعلومات، سواء تم ذلك من خلال استضافتهم داخل الاستوديو الذى يتم فيه تصوير البرنامج أومن خلال اتصال تليفوني أو عبر الأقمار الصناعية أو غيرها من وسائل الاتصال غير المباشرة.

6- الفكرة الرئيسية للنظرية:

انطلقت النظرية من فكرة مفادها أنه كلما تحققت الإشباعات التي يتوقعها الأفراد من وسائل الإعلام زادت أهمية الأدوار التي يمكن أن تؤديها تلك الوسائل في حياة هؤلاء الأفراد ومن ثم تزداد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل على أفراد المجتمع بشكل عام[2].

1- ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش، مرجع سابق. ص416.

2- Stanly J. Baran and Dennis R. Davis.Op. Cit.p.226.

مـن هنـا يتضـح أن علاقـة الاعـتماد تتوقـف عـلى مـدى تحقيـق مصـدر الإشـباع (مصـدر التأثير/وسائل الإعلام كمصدر للمعلومـات) لإشـباعات الفـرد المعتمـد عليـه كـماً وكيفـاً، كـما يقدرها أو يقيمها هذا المعتمد، وليس كما يقدمها هذا المصدر.

7- الهدف الرئيس لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

من الأهداف الرئيسية التي سعى كل مـن "ملفـين ديفلـير M. DE fleur" و"سـاندرا بـول روكيتش S. Ball Rockeach" مؤسسا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عام 1976 للتوصـل إليه، هو تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصـال الجماهيريـة أحيانـاً تـأثيرات قويـة ومبـاشرة، وفى أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما[1].

وفى ضوء تبنى هذه النظرية قد يتمكن الباحث من تفسير لماذا يكون للبرامج التليفزيونية دور مباشر أو غير مباشر، أو وصفها بأن لها دور قوى أو ضعيف في تشكيل اتجاهات الأطفال، وهذا ما يفيد في "وصف الدور" بالتركيز على منظور اعتماد الفرد على وسـائل الإعـلام بصـفته جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، والذى يشـكل بـدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام.

وأخيرًا يتضح مما سبق أن نظرية الاعتماد على وسـائل الإعـلام بصـفة عامـة تتنـاول دور وسائل الإعلام وفقاً للوظيفة المجتمعية التي تؤديها في ضوء درجـة اعـتماد الجمهـور عليهـا كمصادر للحصول على معلوماتهم حول الموضوعات المختلفة، وإذا ما تبنى أحد الباحثين في مجال إعلام وثقافة الطفل هذه النظرية بغية إجراء دراسته العلمية في إطارها فيجب عليـه أن يلتزم بفروضها ويسعي لاختبار مـدى صـحتها مـع حسـن توظيفهـا بمـا يخـدم موضـوع دراسته.

1- ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش، مرجع سابق. ص ص413- 414.

إدارة مراكز بحوث ثقافة الطفل

(نهوض - ركود)

لما كان المركز القومي لثقافة الطفل يعد المؤسسة البحثية الأولى في الوطن العربي التي ينوط بها البحث في ثقافة الطفل، ويعد إنتاجه البحثي المنتظر أمر لا يمكن الإغفال عنه بأية خطة تنموية مستدامة في مصر، بل يمثل أحد متطلبات التخطيط الاستراتيجي لمستقبل أبناء مصر، كما أن ما تتوصل إليه أبحاث هذا المركز من نتائج يجب أن يسترشد بها القائمين على رسم أو خط سياسة ثقافة الطفل المصري بالمجلس الأعلى للثقافة، ويهتدى بها من يرغب في تحقيق الأمن الثقافي في مصر باعتبار أن طفل اليوم هو قائد المستقبل، كما تعد هذه النتائج موجهًا للمؤسسات الحكومية وغير الحكومية التي تتضمن أهدافها تقديم خدمات ثقافية للطفل في كافة أنحاء مصر.

فقد أعد المؤلف من قبل تقريرًا بحثيًا كان أحد متطلبات اجتياز البرنامج التدريبي للمستوى الإشرافي الأول بمركز التدريب التابع للإدارة العامة للتنظيم والإدارة بالمجلس الأعلى للثقافة، وإن كان يمثل تطبيقاً مبكراً[1]. لما تدرب عليه المؤلف بهذا البرنامج الطموح، فهو يعد متنفساً للمتدربين من القائمين على العمل الإداري أو الفني بمجموعة من مواقع وزارة الثقافة، وأحد وسائل جمع البيانات والمعلومات للمجلس الأعلى للثقافة، ومن ثم لصانعي القرار، وعليه استثمر المؤلف هذه المناسبة وتناول تحرير هذا التقرير البحثي بالجدة بدافع تأدية واجبه الوطني، ولم يقتصر على اعتباره أحد وسائل تقييمه كمتدرب فقط، بل يمثل أحد وسائل المؤلف للمشاركة في تطوير أداء قسم الأبحاث بجهة عمله آنذاك وفقاً لأهمية الموقع القيادي لمن يقرأه وأملاً في الإفادة واحتمالية التطبيق.

لذا تأتى أهمية هذه الورقة البحثية من أهمية الموضوع الذى تتناوله المؤلف من وجهة نظره وفى حدود علمه وما طرحه من حلول تمثل آليات لتطوير أداء المركز في ما ينتجه من بحوث، حيث أن القومية لا يتصف بها المركز فقط بل تمتد لما به من

1- طلب هذا التقرير البحثي من المتدربين عقب المحاضرة الأولى للتدريب وموضوعها "كيفية إعداد بحث" وحرر المؤلف هذا التقرير في ضوء خطوات البحث المتبعة بمركز التدريب وفى حدود الوقت المتاح وعدد الـ 10 صفحات المحددة لتحريره.

مشكلات ترتبط مباشرة بصميم عمله، لذا سعى المؤلف لإلقاء الضوء عليها كما سيسطرها في التالي.

أولاً: مشكلة البحث:

بالاطلاع على حصاد انتاج المركز القومي لثقافة الطفل من البحوث والدراسات المنشورة المرتبطة مجال ثقافة الطفل منذ نشأته عام 1980 إلى عام 2008 يلاحظ الآتي:

1- ندرة عدد الدراسات الميدانية وبصفة خاصة التي اعتمدت على استبيان آراء عينة من الأطفال المصريين نحو أحد الموضوعات المرتبطة بثقافتهم.

2- عدم وجود أبحاث ودراسات يمكن وصفها بأنها دراسات قومية تناقش ثقافة الطفل المصري بصفة عامة.

3- سطحية تناول بعض الموضوعات البحثية التي تصدى لها المركز.

4- عدم اهتمام المركز بإنتاج دراسات مستقبلية تتعرض لثقافة الطفل المصري المتوقعة.

5- عدم خضوع أغلب البحوث لإشراف علمي متخصص في الموضوعات البحثية التي تصدى لدراساتها.

6- قلة عدد الدراسات والبحوث التي قام المركز بإجرائها خلال 28 سنة.

7- توصف بعض البحوث بالغير علمية، وفقاً لعدم حرصها على اتباع خطوات البحث العلمي بما فيها استخدام أدوات علمية مقننة لجمع البيانات والمعلومات الواردة بالبحث.

علماً بأن إجراء البحوث والدراسات حول ثقافة الطفل المصري وفنونه واحتياجاته يمثل الهدف الرئيسي الذى أنشئ المركز القومي لثقافة الطفل من أجله وفقاً لما ورد بالقرار الوزاري رقم (130) لسنة 1980، بالإضافة إلى الآتي:

1- إعداد جيل من الباحثين من ذوى المؤهلات العلمية العليا، لتغطية أفرع التخصصات الثقافية المتنوعة للأطفال.

2- إنشاء مشروعات تخطيطية عربية في الوسائط الثقافية المختلفة بوصفها نموذجاً تطبيقياً لنتائج الأبحاث وتجرى تجربتها واختبارها وإعادة صياغاتها في ضوء الدراسات والبحوث العلمية.

3- وضع المعايير والمواصفات القياسية للمواد الثقافية ووسائلها التقليدية وغير التقليدية للأطفال في مصر.

4- إصدار أوراق عمل تتناول الظواهر والمشكلات المعنية بالطفل المصري وثقافته.

5- التنسيق والتعاون مع المؤسسات المحلية الإقليمية والدولية الحكومية وغير الحكومية المعنية بالطفل وثقافته من أجل النهوض بعقل الطفل المصري ووجدانه.

6- عقد اللقاءات والمؤتمرات المحلية والإقليمية والدولية التي تناقش قضايا الطفل ومشكلاته.

لذا تختص الإدارة المركزية للمركز القومي لثقافة الطفل كما يعلن بما يلى:

1- التخطيط لثقافة الطفل وأساليب تثقيفه على مختلف المستويات وذلك بالتنسيق والتعاون مع الأجهزة المعنية.

2- العمل على تكامل الخدمات الثقافية للطفل وإيصالها إلى أكبر عدد من الأطفال وخاصة في القرى والأحياء الشعبية وذلك بالتنسيق مع أجهزة التعليم وأجهزة الإذاعة والتليفزيون والهيئة العامة لقصور الثقافة حتى لا يدخل خلل في أساليب التوصيل نتيجة لتعدد الاتجاهات والطرق التي يتم على أساسها التعامل مع الطفل.

3- التعرف على مصادر تثقيف الطفل ودعمها وتطويرها مادياً ومعنوياً.

4- تنفيذخطة للارتقاء بالمستوى الثقافي للطفل المصري عن طريق تعليم وإعداد وتدريب القيادات وإجراء البحوث والتجارب وصولاً إلى أفضل السبل المختلفة التي تناسب واقعنا وظروفنا.

مما سبق يتضح للقارئ أهمية الدور البحثي المرتقب الذى ينوط بعمل المركز القومي لثقافة الطفل، ومن خلال الاطلاع على إنجازات المركز القومي لثقافة الطفل بعد 28 سنة من تاريخ إنشاءه يلاحظ ضعف انتاجه البحثي كماً وكيفاً.

وتتحدد مشكلة البحث الراهنة في التساؤل التالي:

ما مدى تحقيق المركز القومي لثقافة الطفل للأهداف البحثية التي أنشئ من أجلها؟

بمعنى آخر: هل أدى المركز القومي لثقافة الطفل الدور البحثي الذى أنشئ من أجله طيلة سنوات عمره (28 سنة الماضية)؟

ويندرج من هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية عدة يحاول البحث الإجابة عنها يمكن تصنيفها كالتالي:

أ- أسئلة ترتبط بطبيعة ونوعية البحوث التي انتجها المركز:

1- ما البحوث والدراسات التي تصدى المركز لإجرائها ما محك اختيار موضوعاتها؟

2- ما الحاجات العلمية التي أتت هذه البحوث لتلبيتها؟ هل قامت بالوفاء بها؟

3- ما الإضافة العلمية التي حققتها هذه البحوث للمكتبة العربية وللتراث العلمي في مجال دراسات ثقافة الطفل المصري بماذا تساهم الدراسات التي تناولت تمجيد دور أحدى الشخصيات في مجال ثقافة الطفل المصري في تراثه البحثي؟

4- ما مدى كفاية أبحاث المركز لتلبية أفرع ثقافة الطفل المختلفة كماً وكيفاً؟ ما مدى جودتها؟ ما مدى موضوعية التناول البحثي لتلك الموضوعات؟

5- ما معوقات إجراء أبحاث المركز فنياً وإدارياً؟

6- ما الخطة البحثية الراهنة التي يتبناها المركز؟

7- ما سبب عدم الانتظام الزمنى في انتاج البحوث التي قام المركز بإجرائها؟

ب- أسئلة ترتبط بالقائم على بحوث ودراسات المركز وإعداد جيل من الباحثين:

1- من القائم على إجراء البحوث التي ينتجها المركز؟ ما الأفرع العلمية التي ينتمون إليها؟ من المقصود بجيل الباحثين؟ من الباحثين الذى قام المركز بإعدادهم علمياً لتغطية أفرع ثقافة الطفل طيلة الـ 28 سنة الماضية من تاريخ إنشاءه؟

2- ما المؤهلات العلمية والمهارات والخبرات البحثية للقائمين على هذه الأبحاث؟

3- كيف يتم تقييم وتقدير عمل الباحثين مادياً ومعنوياً؟

4- ما البرامج التدريبية التخصصية التي أعدها المركز لتأهيل وإعداد الباحثين لديه لتنمية مهاراتهم البحثية؟ ما الميزانية المالية المخصصة لتدريب الباحثين؟ ما احتياجاتهم التدريبية؟ هل تتضمن خطة التدريب بالمركز برنامج لتنمية مهارات الباحثين؟

5- هل يوجد مسمى وظيفي للباحثين بالمركز؟

6- من القائم بتوجيه ورقابة الباحثين علمياً في عملهم؟

ج – أسئلة تتعلق بالميزانية المالية المخصصة لإجراء البحوث:

1- ما الميزانية المالية المخصصة لإنتاج المركز لبحوث في ثقافة الطفل؟

2- كم التكلفة المادية الإجمالية لإنتاج هذه البحوث؟

3- ما المردود القومي لهذه الأبحاث؟ هل قيمتها المادية تعادل ما تم انفاقه عليها من المال العام؟

4- من يقوم بالرقابة على صرف نفقات تكلفة هذه البحوث؟

5- ما دور بعض العاملين من غير الباحثين بالمركز لتضمين أسماءهم بكشوف مكافأة القائمين على انتاج هذه الأبحاث؟

6- ما البنية الأساسية المادية التي قام المركز بتوفيرها للباحثين لتيسر لهم سبل انتاج وجودة البحوث كمكتبة متخصصة في بحوث ودراسات ومزودة بمراجع حديثة

في مجال ثقافة الطفل أو كمكاتب، مقاعد، تخصيص حجرة، وسائل للاتصال وأجهزة إلكترونية سواء أكانت هاتف، أجهزة حاسب آلي تتصل بالشبكة الدولية للمعلومات، أجهزة تسجيل صوتي ومرئي، مستلزمات التحرير كأجهزة حاسب آلي، وأجهزة الطباعة، أجهزة تليفزيون، مجلات أطفال؟

ثانياً: تحليل أسباب مشكلة البحث:

في ضوء ما اكتسبه المؤلف من خبرة علمية وعمليه ببحوث ودراسات ترتبط بثقافة الطفل بمركز دراسات الطفولة ومعهد الدراسات العليا للطفولة بجامعة عين شمس والمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ومركز بحوث الرأي العام بجامعة القاهرة، ومن خلال واقع خبرة عمله بالمركز القومي لثقافة الطفل ومعايشته لموضوع هذا البحث - وفى حدود عدد الصفحات المحددة لتحرير هذا التقرير البحثي- سيقدم تحليل موجز لأسباب مشكلة البحث الراهنة الذى قام بترتيبها وفقاً لمستويات الإدارة ومراحل العملية الإدارية فيما يلى:

أ- أسباب تتعلق بالإدارة العليا:

1- بعض من تولى إدارة المركز من غير المتخصصين علمياً في أحد أفرع دراسات الطفولة.

2- عدم وجود هيكل تنظيمي إداري للعاملين بالمركز.

3- عدم وجود بطاقات وصف للعاملين بالمركز.

4- المجموعة النوعية للدرجات المالية المخصصة للقائمين على العمل الفني بالمركز إما الفنون أو الإعلام.

5- لا يوجد مسمى وظيفي: باحث ثقافة طفل، بل المسمى الوظيفي المتاح بالمركز: أخصائي ثقافة طفل أو أخصائي إعلام وعلاقات عامة.

6- عدم توافر خطة واضحة ومعلنة لعمل المركز (فيما عدا الأشهر الأربعة الأخيرة قبل إعداد هذا التقرير).

7- تدخل الإدارة العليا بشكل مباشر في اختيار أغلب موضوعات البحث التي يقوم المركز بإنتاجها.

8- مجاملة الإدارة العليا لبعض الشخصيات التي تناولتها بعض الإصدارات التي يطلق عليها بحوث مثل ماما نعم، عبد التواب يوسف، يعقوب الشاروني.

9- مجاملة الإدارة العليا لبعض العاملين بالمركز من خلال إدراج اسمه في مكافأة بعض البحوث.

10- رهبة الإدارة العليا من الإشراف العلمي على بعض البحوث التي يقوم المركز عليها.

11- تكليف الإدارة العليا بالأمر المباشر لأحد الباحثين من داخل المركز أو من خارجه للقيام على أبحاث عدة وفقاً لرؤيته الخاصة ومبدأ الثقة في قدراته البحثية التي قد لا تكون في بعض الأحيان لا يصيبها التوفيق.

12- توجهات رئيس الإدارة المركزية وخلفيته العلمية هي الموجه الرئيسي لعدم الانتظام الزمنى لإنتاج البحوث.

13- عدم تركيز الإدارة العليا على تنمية مهارات الباحثين.

14- موافقة الإدارة العليا على سحب المخصصات المالية الموجه للبحوث للصرف على بنود مالية أخرى.

15- لم تعمل الإدارة العليا على بناء البنية الأساسية لعمل قسم الأبحاث كما وردت بالتساؤلات الفرعية.

ب- أسباب تتعلق بالإدارة الوسطى:

1- يتولى رئاسة قسم الأبحاث بالمركز أحد العاملين وفقاً لأقدميته في القسم، لا وفق الكفاءة الفنية والمؤهلات العلمية والمهارات والخبرة البحثية بمجال ثقافة الطفل.

2- التمسك برئاسة القسم حتى الوفاة أو بنهاية الخدمة أيهما أقرب لعدم التفريط في العائد المادي الذى يأتي اليه نتيجة عضوية كل رئيس قسم في لجان شئون العاملين والجهود والحوافز وغيرها من اللجان، إضافة لتمسكه بتحرير المكافآت التي تصرف للعاملين بقسمه، بدافع زيادة الأجور المتغيرة التي يسعى للحصول عليها لرفع قيمه معاشه الشهري، خاصة أن أغلب رؤساء الأقسام أوشك على نهاية خدمته الوظيفية ببلوغ سن المعاش.

3- عدم تقبل رئيس القسم لأفكار شباب العاملين بالقسم، والنظر لذاته كأحد الخبراء الغير خاضعين للتعلم واكتساب خبرات وظيفية جديدة.

4- عدم تزويد القسم بالعاملين من الشباب، وستأتي فترة يصبح فيها عدد العاملين بالقسم أقل مما هو عليه الآن نتيجة بلوغ أغلب أعضاء قسم الأبحاث سن المعاش في وقت متقارب.

5- الخضوع لقرارات الإدارة العليا خاصة المتعلقة بالبحوث بداية من اختيار موضوع البحث تكليف غير قابل للمناقشة وأن المرؤوس الناجح لا يدخل في التفاصيل ولا يناقش، ومن هنا تبدأ سياسة القطيع.

6- عدم المطالبة باحتياجات عمل القسم وحقوق بعض أعضاءه المادية والمعنوية والوظيفية.

7- تفضيل المصلحة الخاصة على المصلحة العامة.

8- ضعف المستوى المعرفي لدى رئيس قسم الأبحاث بمهارات البحث العلمي.

9- مجاملة بعض العاملين بالقسم من خلال إدراج اسمه في قائمة القائمين بالبحث ليستفيد من مكافأته برغم عدم مشاركته بأي عمل فيه.

10- قبول أي موظف للعمل بقسم الأبحاث دون موافقة مسبقة من رئيس القسم أو خضوعه لأية اختبارات.

11- عدم توجيه الباحثين في أداء الأعمال المنوط بهم القيام بها نتيجة ضعف معرفته هو بها.

12- عدم وجود آليات لرقابة أداء الباحثين في ما ينوط بهم من أعمال.

13- عدم المطالبة بالاطلاع على الميزانية الخاصة بعمل الأبحاث.

14- ضعف مستوى أداء القائم على قسم التدريب بالمركز، عدم إلمامه بقدرات العاملين ومهاراتهم لتحديد احتياجاتهم التدريبية بالإضافة لعدم إحاطته ببرامج تدريب الباحثين في مجال بحوث ثقافة الطفل، وضعف المخصصات المالية للتدريب.

15- الميزانية المخصصة لإجراء بحوث ودراسات تقارب 200 ألف جنيه أي بما يعادل نسبة (20%) من إجمالي ميزانية عمل المركز إلا أنها توجه للصرف في بنود أخرى.

ج- أسباب تتعلق بأعضاء الإدارة التنفيذية:

1- غالبية العاملين بقسم الأبحاث غير مؤهلين للعمل بالبحث العلمي، ولا يسعى كل منهم لتنمية مهاراته الخاصة بالبحث العلمي في مجال ثقافة الطفل.

2- بعض العاملين بالقسم ينتمون لأفرع علمية بعيدة عن مجال البحث في ثقافة الطفل كخريجي كلية الآداب قسم عبرى أو خريجي معهد التعاون الإداري والأقرب للمجال خريجي كلية رياض الأطفال والآداب قسم علم النفس.

3- ضعف الموارد المادية المخصصة لتدريب الباحثين بالمركز علمياً على استخدام مناهج البحث العلمي ومهارات تصميم أدوات جمع المعلومات.

4- عدم الاستعانة العلمية بأساتذة متخصصين في بحوث ثقافة الطفل.

5- بعض الباحثين بالمركز يعدون أنفسهم موظفين بالدولة وليس لديهم الرغبة في البحث.

6- تقييم الباحثين وفق لطبيعة علاقتهم برئيس القسم ورئيس الإدارة المركزية التي تحكمها (الإجابة على سؤال من جابك هنا؟ أو من واسطتك في الوزارة؟ أو ماذا تفعل لشخصي؟)

مع ملاحظة أن أسباب المشكلة البحثية قد تتغير من حين لآخر وفقاً للقائم على الإدارة المركزية.

ثالثاً: نتائج البحث:

أ- لم يحقق المركز حتى وقت اجراء التقرير الأهداف البحثية التي أنشئ من أجلها بالشكل الأمثل، من خلال الشواهد التالية:

1- ضعف الانتاج البحثي للمركز.

2- عدم إعداد جيل من الباحثين من ذوى المؤهلات العلمية العالية، لتغطية أفرع التخصصات الثقافية المتنوعة للأطفال.

3- عدم إنشاء مشروعات تخطيطية عربية في الوسائط الثقافية المختلفة بوصفها نموذجاً تطبيقياً لنتائج الأبحاث وتجرى تجربتها واختبارها وإعادة صياغاتها في ضوء الدراسات والبحوث العلمية.

4- عدم وضع المعايير والمواصفات القياسية للمواد الثقافية ووسائلها التقليدية وغير التقليدية للأطفال في مصر فيما عدا بعض قصص الأطفال التي قام المركز بإنتاجها.

ب- انتاج المركز من البحوث والدراسات يتمثل في الآتي:

1- الميول القرائية، لدي أطفال المرحلة الابتدائية (دراسة ميدانية)إعداد: حسن شحاته وفيوليت فؤاد، 1986.

2- مجلة سمير علي مدي واحد وثلاثين عامًا، دراسة وصفية تحليلية، إعداد: سلوى إمام علي وسامية سليمان رزق، 1987.

3- سينما الطفل، سلسلة بحوث ودراسات، إعداد: مجموعة من الباحثين، إشراف: قدري حفني، 1990.

4- عدد 35 مجلد تم إصدارها تتضمن بعضها بحوث أجراها المركز يغيب عن بعضها استخدام أدوات علمية مقننة لجمع المعلومات المتضمنة بهذه البحوث وعدم اتباع خطوات البحث العلمي أو أنها عمل فردى لأحد الباحثين مما يجعلها تختلط بما قد ينتجه طلاب الجامعات من أبحاث أو الباحث الفرد.

وقد يرجع ذلك لأحد الأسباب التالية:

1- لا يوجد محك ثابت لاختيار موضوعات البحوث التي يقوم المركز بإجرائها.

2- لا تلبى البحوث والدراسات جميع الأفرع العلمية المتصلة بثقافة الطفل.

3- ضآلة الإضافة العلمية لبعض هذه البحوث.

4- لا تساهم الدراسات التي أجريت لتمجيد دور أحد الشخصيات بشكل مباشر في التراث العلمي لبحوث ثقافة الطفل.

5- لا توجد خطة بحثية واضحة ومحددة لدى المركز فيما عدا بحث عن المواطنة لدى الطفل توقف العمل به منذ عام تقريباً.

6- عدم انتظام إجراء بحوث في ثقافة الطفل ترجع لرؤية للقائم على الإدارة المركزية لأهمية البحوث.

7- لم ترصد تلك البحوث جميع سمات ثقافة الطفل المصري، ولم تقدم مؤشرات العمل على ثقافة الطفل أو توضح المنهج المتبع لتثقيفه بأسلوب علمي.

8- عدم إعداد المركز لقاعدة بيانات ومعلومات تشمل المؤسسات الحكومية وغير الحكومية العاملة على ثقافة الطفل المصري، تتضمن معوقاتهذه المؤسسات، الاحتياجات الفنية والإدارية لمؤسسات ثقافة الطفل لتحسين دورها في تثقيف الطفل المصري.

9- قصور قدرات ومهارات البحث العلمي لدى بعض القائمين على بحوث المركز من العاملين به، وحاجاتهم للتدريب بهدف تأهيلهم للعمل بالبحث العلمي.

10- حاجة البحوث التي يقوم المركز بإنتاجها للإشراف العلمي المتخصص في الموضوعات التي يتصدى لدراستها.

11- ضعف المردود أو العائد القومي من إجراء هذه البحوث وقيمتها المادية لا تعادل ما تم انفاقه على إجراءها.

12- حاجة المركز لتشكيل بنية أساسية للعمل على إجراء بحوث ودراسات به، وتوفير بيئة عمل ملائمة للباحثين تناسب متطلبات الانتاج البحثي.

رابعاً: مقترحات الحل والتوصيات:

1- عقد سلسلة اختبارات للباحثين بالمركز في مناهج البحث ومهارات البحث العلمي لاختيار رئيساً لقسم الأبحاث.

2- تحقيق مزيداً من الشفافية للميزانية المخصصة للأبحاث.

3- إدماج رؤساء الأقسام بالمركز في برنامج المستوى الإشرافي الأول الذى تعده الإدارة العامة للتنظيم والإدارة بوزارة الثقافة.

4- ضرورةتشكيل لجنة علمية تقوم بالإشراف على ما يجريه المركز من بحوث ودراسات.

5- ضرورة الاهتمام بتحقيق عناصر ومراحل العملية الإدارية التي تشمل التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة في جميع ادارات وأقسام المركز[1].

1- أشرف قادوس. الدور البحثي المرتقب للمركز القومي لثقافة الطفل، في: دورة تدريبية "برنامج المستوى الإشرافي الأول 2009/2008 (القاهرة: مركز التدريب بالإدارة العامة للتنظيم والإدارة – المجلس الأعلى للثقافة، وزارة الثقافة نوفمبر – ديسمبر 2008).

الخاتمة

ستبقى الأمنيات قائمة لتمكين الطفل العربي من ممارسة حقوقه الإعلامية باعتباره حق وواجب على كل دولة الوفاء به بموجب الكفالة الدولية لحماية حقوق الطفل الإعلامية لتصبح حقيقة لا ادعاء، وستبقى وسائل إعلام الطفل التقليدية دون فناء، ولتوطيد العلاقة بين كل من إعلام وأدب الطفل ليكمل كل منهما الآخر دون التنافس على الاستحواذ على عقل الطفل ووجدانه، وللاستفادة من فرص ممارسة الطفل لأنشطة الإعلام التربوي متجاوزًا كل التحديات من خلال خطاب إعلامي يتسم بالمرونة لا الجمود يتلاءم مع ما يحدث حول الطفل من تغيرات، لتكون وسائل الاتصال والتثقيف أدوات للتنوير لا للاغتراب، وسيزدهر البحث العلمي بمجال إعلام وثقافة الطفل من خلال توظيف لا نقل نظريات الاتصال، وستشهد إدارة مراكز بحوث ثقافة الطفل نهوض بعد عقود من الركود، حتى نرقى بمستوى ما يقدم لطفلي وطفلك قائدا الغد، لذا تضمن هذا الكتاب أوراق بحثية كل منها نبع من فضول نشر بفصول، لندرك أن نقطة ما نمر بها قد تغيير رؤيتنا لمعنى الحياة، فالباحث والكاتب والمبدع بلا فضول لن ينتج فصولا بكتاب العمر الذى تمر أوراقه سريعًا.

وأجمل ما يقال فى الختام ... سلام

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الوثائق المنشورة:

1- الأطفال أولاً، الإعلان العالمي لبقاء الطفل وحمايته ونمائه وخطة العمل، ملخص اليونيسيف، عمان، د.ت.

2- دستور جمهورية مصر العربية، الهيئة العامة لقصور الثقافة، د.ت.

3- قانون رقم 12 لسنة 1996 بإصدار قانون الطفل والمعدل بالقانون رقم 126 لسنة 2008، المجلس القومي للطفولة والأمومة، رئاسة مجلس الوزراء، 2008.

ثانيًا: الوثائق غير المنشورة:

1- أشرف قادوس. الدور البحثي المرتقب للمركز القومي لثقافة الطفل، في: دورة تدريبية "برنامج المستوى الإشرافي الأول 2009/2008 (القاهرة: مركز التدريب بالإدارة العامة للتنظيم والإدارة – المجلس الأعلى للثقافة، وزارة الثقافة نوفمبر – ديسمبر 2008).

2- نشرة التوجيهات العامة للصحافة المدرسية للعام الدراسى2008/2007، إدارة الصحافة والإعلام التربوي– الإدارة العامة للأنشطة الثقافية والفنية بوزارة التربية والتعليم.

ثالثًا: مراجع باللغة العربية:

1- رسائل الماجستير والدكتوراه:

1- أبوالفتوح عبد الحميد قنديل. "المشاركة السياسية للشباب الجامعي: دراسة على عينة من طلاب جامعة المنوفية". رسالة ماجستير غير منشورة. (المنوفية: كلية الآداب، جامعة المنوفية، 2003).

2- أحلام عبد السميع مصطفى. "الاغتراب عند المراهقات الصم والعاديين: دراسة مقارنـة". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليـا للطفولة،جامعـة عـين شـمس، 1996).

3- أحمـد محمـد حسـنين. "دور الأسرة في التنشـئة الاجتماعيـة والسياسـية وتأثيرهـا عـلى المراهقين: دراسة ميدانية". رسالة ماجستير غير منشـورة. (الإسـكندرية: كليـة الآداب، جامعـة الأسكندرية،2001).

4- أحمد محمد عبد اللـه. "دور القنوات الفضـائية العربيـة في ترتيـب أولويـات القضـايا السياسية لدى المراهقين". رسـالة دكتـوراه غـير منشـورة. (القـاهرة: معهـد الدراسـات العليـا للطفولة، جامعة عين شمس، 2007).

5- آمـال كـمال طـه. "دورالصـحافة في وضـع أولويـات اهـتمام الشـباب نحـو القضـايا القومية"رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1997).

6- أماني محمد قنديل."نظام الاتصال وعملية التنميـة السياسـية في الـدول الناميـة"رسـالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1980).

7- أميمة أحمد عمران. "دور الصحافة الحزبية في المشاركة السياسية". رسالة دكتوراه غـير منشورة. (المنيا: كلية الآداب، جامعة المنيا، 1999).

8- إيمان نور الدين محمود. "دور المدرسـة في التنشـئة السياسـية لطـلاب مرحلـة التعلـيم الأساسي: دراسة حالة مقارنة بين المدارس الحكومية والمدارس الخاصـة". رسـالة ماجسـتير غـير منشورة. (القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1990).

9- إيناس محمد أبو يوسف. "صورة العالم في الصحافة المصرية والأمريكية خلال الفترة من 1980 – 1989". رسـالة دكتـوراه غـير منشـورة. (القـاهرة: كليـة الإعـلام، جامعـة القـاهرة، 1994).

10- جـمال صـالح متـولي. "وسـائل الاتصـال الجماهـيري والتنميـة السياسـية: تحليـل سوسيولوجي لدور الصحافة في التنمية السياسية". رسالة ماجستير غير منشورة. (المنيـا: كليـة الآداب، جامعة المنيا، 1990).

11- حنان محمد إسماعيل يوسف. "دور المـادة الإخباريـة التليفزيونيـة في تـدعيم مفهـوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى". رسالة ماجستير غير منشورة. (القـاهرة: كليـة الإعلام، جامعة القاهرة،1996).

12- خالد صلاح الدين حسن. "دور التليفزيـون والصحافة في توجيـه وترتيـب اهتمامـات الجمهورنحو القضايا العامة في مصر: دراسة تحليلية-ميدانية". رسالة ماجسـتير غـير منشـورة. (القاهرة: كلية الإعلام،جامعة القاهرة،1997).

13- سراج علي عبدالـلـه. "دور نشرات الأخبار والمـواد الإخباريـة في التليفزيـون المحـلي في التنشئة السياسية للمـراهقين: دراسـة تطبيقيـة عـلى القنـاة السـابعة". رسـالة ماجسـتير غـير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2002).

14- سلوى محمد العوادلي. "دور وسائل الاتصال في التنشئة السياسية والاجتماعية: دراسـة ميدانية مقارنة على قريتين مصريتين". رسالة ماجستير غير منشـورة. (القـاهرة: كليـة الإعـلام، جامعة القاهرة، 1990).

15- سهام محمد عبد الخالق. "معـايير تكـوين أجنـدة الأخبـار الخارجيـة في نشرة الأخبـار بالتليفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحـو الـنشرة والـدول مصـدر الأحـداث" .رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام،جامعة القاهرة،2005).

16- صفا محمودعثمان. "دور قناة النيل الإخباريـة في ترتيـب أولويـات القضـايا السياسـية لدى عينة من طلبة الجامعات". رسالة ماجستير غير منشورة. (القـاهرة: كليـة الإعلام،جامعـة القاهرة، 2002).

17- عبد الخبيرمحمود عطا. "وسائل الإعلام والتنمية السياسـية في الـدول الناميـة: الـبرامج السياسية في إذاعة القاهرة الكبرى كدراسة حالة".رسالة دكتوراه غير منشورة.(القـاهرة: كليـة الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1980).

18- عربي عبد العزيز الطوخي. "معالجة الصحف المصرية لبعض القضايا السياسية وعلاقتها بالتنشئة السياسية لدى المراهقين". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة،جامعة عين شمس، 1994).

19- عربي عبد العزيز الطوخي. "دور مجلات الأطفال في التنشئة السياسية للطفل المصري". رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة،جامعة عين شمس، 1999).

20- عربي محمد المصري. "الأخبار السلبية في التليفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني: دراسة مسحية"، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2000).

21- عزيزة محمد السيد. "بناء مقياس للاتجاهات الوالدية إزاء الفتاة المراهقة". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: كلية البنات، جامعة عين شمس، 1975).

22- علاء محمد عبد العاطي. "دورالراديو والتليفزيون في التنشئة السياسية للمراهقين: دراسة مسحية". رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2004).

23- علي السيد علي. "علاقة الانتماء الحزبي في مصر بالتعرض للمواد السياسية في الإذاعة والتليفزيون: دراسة ميدانية". رسالة ماجستير غير منشورة، (أسيوط: كلية الآداب، جامعة أسيوط، 2002).

24- محمد أحمد خليفة. "دور المقال المنشور في الصحف الحزبية في التنشئة السياسية للمراهقين". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة،جامعة عين شمس، 2004).

25- محمد توفيق. "فاعلية برنامج إرشادي لفحص الأعراض الاكتئابية لدى طلاب الجامعة المراهقين". رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: كلية البنات، جامعة عين شمس، 1997).

26- محمد عبد الحميد الغرباوي. "دور الصحافة المصرية في التنشئة السياسية للمراهقين: دراسة تطبيقية على تلاميذ المرحلة الإعدادية". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة،جامعة عين شمس، 1989).

27- محمود حسن إسماعيل. "نشرات الأخبار في التليفزيون المصري والتنشئة السياسية للمراهقين: دراسة تطبيقية". رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة،جامعة عين شمس، 1991).

28- مصطفى عبد الحميد. الأساليب الأسرية والتنشئة الاجتماعية والسياسية للمراهقين: دراسة ميدانية مقارنة". رسالة ماجستير غير منشورة. (قنا: كلية الآداب، جامعة جنوب الوادي، 2002).

29- منال محمود أحمد. "علاقة التحرر/ المحافظة بالعنف لدى المراهقات: دراسة نفسية مقارنة". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: كلية البنات، جامعة عين شمس، 1993).

30- ناصرمحمود عبدالفتاح. "دورالإذاعة والصحافة المحلية في التنشئة السياسية للمراهقين: دراسة تطبيقية على إقليم شمال الصعيد".رسالة دكتوراه غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة،جامعة عين شمس، 2002).

31- نهى عاطف عدلي العبد. "علاقة الطفل المصري بالقنوات الفضائية العربية". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003).

32- هاني إبراهيم أحمد البطل. "مدي اعتماد المراهقين على البرامج الإخبارية بالتليفزيون المصري للحصول على المعلومات".رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة،جامعة عين شمس، 2000).

33- هيثم ناجي عبد الحكيم. "دور الإعلام المدرسي في التنشئة السياسية للمراهقين المكفوفين: دراسة مسحية". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة،جامعة عين شمس، 2004).

2- بحوث وأوراق المؤتمرات والندوات العلمية:

1- أشرف قادوس. رؤية تربوية للإعلام بأدب الطفل (تحديات الحاضر واستشراف المستقبل)، في: الحلقة العلمية الرابعة لمعمل توثيق وبحوث أدب الأطفال" أدب الأطفال ... استشراف المستقبل" (جامعة حلوان: المكتبة المركزية، فبراير 2008).

2- أشرف قادوس. متطلبات النهوض بممارسة الطفل المصري للإعلام التربوي المدرسي، في: المؤتمر العلمي الدولي الأول (العربي الرابع)، التعليم وتحديات المستقبل،(جامعة سوهاج: جمعية الثقافة من أجل التنمية، أبريل، 2009).

3- أشرف قادوس. مرتكزات الخطاب الإعلامي في عالم متغير، في: مؤتمر الشأن الليبي في الخطاب الإعلامي، (ليبيا: مصراتة، يناير 2014).

4- أشرف قادوس. وسائل إعلام الطفل الليبي (أزمات الواقع وفرص المستقبل)، في:ندوة علمية: الطفل الليبي بين الواقع وتحديات المستقبل (ليبيا: الزاوية، فرع وزارة الشؤون الاجتماعية ومركز إبداعات الطفل والإرشاد الأسري، أبريل، 2014).

5- عرفات زيدان خليل. "دور المدرسة الثانوية في تنمية الوعي السياسي لدى الطلاب، دراسة مقارنة بين التعليم الثانوي العام والتعليم الصناعي، أعمال المؤتمرالسابع للبحوث السياسية، الثقافة السياسية في مصر بين الاستمرارية والتغيير، (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 1994).

6- محمود حسن إسماعيل. التنشئة السياسية في ظل الانفتاح العالمي: دراسة في دور وسائل الإعلام". في:مؤتمر الشباب في ظل الانفتاح العالمي الندوة العالمية للشباب الإسلامي، السعودية: الرياض، أكتوبر2002).

3- الكتب المؤلفة باللغة العربية:

1- إبراهيم قشقوش. سيكولوجية المراهقة. (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية،1980).

2- السيد أحمد مصطفى عمر. البحث الإعلامي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط1 (بني غازي، منشورات جامعة قار يونس ببنغازي، 1994).

3- أيمن صالحاني. الأسرة في مواجهة الإنترنت: الأدوار المتبادلة للتنشئة الاجتماعية والسياسية في عصر الاتصالات التفاعلية، ط1، (بيروت، طبعة خاصة، 2005).

4- جيهان أحمد رشتي. الأسس العلمية لنظريات الإعلام. (القاهرة: دار النهضة العربية، 1993).

5- حامد عبد السلام زهران. علم نفس النمو الطفولة والمراهقة، ط6 (القاهرة: عالم الكتب، 2005).

6- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998).

7- سالم عيسى بالحاج. الإعلام والرأي العام: دراسة في ترتيب الأولويات في المجتمع الليبي. (القاهرة: دار الفكر العربي، 2003).

8- سمير محمد حسين. بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، (القاهرة: عالم الكتب، 1995).

9- سوزان يوسف القليني. الاتصال ووسائله ونظرياته. (القاهرة: دار النهضة العربية، 1998).

10- سيد أحمد عثمان. علم النفس الاجتماعي التربوي (التطبيع الاجتماعي)، ج1، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1986).

11- شاكر عبد الحميد. الطفولة والإبداع، ط2 (الكويت: الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية، 1989).

12- صلاح مخيمر. تناول جديد للمراهقة، ط3،(القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1986).

13- عاصم محروس عبد المطلب. الطلبة والحركة الوطنية في مصر: 1922-1952، العدد 67، سلسلة مصر النهضة، مركز تاريخ مصر المعاصر، الإدارة المركزية للمراكز العلمية (القاهرة: الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية، 2007).

14- عبد الحليم محمودالسيد وآخرون. علم النفس العام، ط3، (القاهرة، مكتبة غريب، 1990).

15- عبد العزيزكمال وعبد الباسط عبد المعطي وشكري سيد حمد وعبد الرحمن يوسف درويش وحسن علي بابكر. أثر البرامج التليفزيونية على النشء والشباب، دراسة استطلاعية لآراء عينة من المشاهدين في المجتمع القطري (جامعة قطر: مركز البحوث التربوية، 1994).

16- عثمان نجاتي. علم النفس في حياتنا اليومية (الكويت: دار القلم، 1983).

17- علي معمر عبد المؤمن. البحث في العلوم الاجتماعية: الوجيز في الأساسيات والمناهج والتقنيات، ط1(مصراته: منشورات جامعة 7 أكتوبر، 2008).

18- فرج الكامل. بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها. ط1. (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2001).

19- محمد الوفائي. مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية. ط1. (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1989).

20- محمد حمودة. الطفولة والمراهقة: المشكلات النفسية والعلاج. ط2، (القاهرة: مركز الطب النفسي والعصبي للأطفال، 1998).

21- محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط1، (القاهرة: عالم الكتب، 1997).

22- محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط2، (القاهرة: عالم الكتب، 2000).

23- محمد مصالحة. دراسات في الإعلام العربي. (بغداد: مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربية، 1994).

24- محمد معوض. فنون العمل التليفزيوني. (القاهرة: دار الفكر العربي، 1986).

25- وجيه محجوب. أصول البحث العلمي ومناهجه.(عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006).

الكتب المترجمة إلى اللغة العربية:

1- ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش. نظريات وسائل الإعلام. ترجمة: كمال عبد الرؤوف. (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1992).

الدوريات المتخصصة:

1- أشرف قادوس. علاقة المراهقين بوسائل الاتصال والتثقيف السياسي، مجلة أدب الأطفال: دراسات وبحوث، (القاهرة: مركز بحوث وتوثيق أدب الأطفال بالإدارة المركزية للمراكز العلمية، هيئة دار الكتب والوثائق القومية بوزارة الثقافة، العدد العاشر، فبراير،2015).

2- أماني السيد فهمي. الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتليفزيون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (القاهرة: كلية الإعلام، العدد السادس، أكتوبر- ديسمبر 1999).

3- أميمة أحمد عمران. دور وسائل الإعلام في مشاركة المرأة في العمل السياسي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد(11)، يوليه-سبتمبر (2001).

4- سوزان يوسف القليني. مدي اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون في وقت الأزمات: دراسة حالة على حادث الأقصر، المجلة المصرية لبحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة،عدد4، ديسمبر،(1998).

5- علي محمد القرني. الخطاب الإعلامي العربي، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني، يناير1997).

6- محمود خليل. دورالصحف الحزبية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأداء الحكومي بمصر، دراسة تطبيقية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام،المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثالث (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، سبتمبر1998).

7- نبيلة أمين علي أبو زيد. "الدوافع النفسية والاجتماعية المرتبطة باستخدام أجهزة الاتصال الحديثة لدى المراهقين". مجلة علم النفس.العددان (65، 66).يناير- يونيه 2003.(القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب،2003).

رابعاً: مراجع باللغة الإنجليزية:

1- الدراسات والبحوث المنشورة في الدوريات العلمية:

1- August. E. Grant & Kendall. Guthrire & Sandra. J. Ball. Rockeach. "Television Shopping, Media System Dependency Perspective" .Communication Research .Vol. 18, No. 6, 1991.

2- Cheong-Yi Park. "News Media Exposure And Self-Perceived Knowledge: The Mission of knowing". International Journal of public opinion Research. Vol. (13), No. (4), Winter 2001.

3- M .Sanchez. Agenda Setting. Journal of Communication. No. (2).Spring, 2002.

4- Maxwell E. Mccombs, Donald L. Show the Evaluation of Agenda: setting research: Twenty-Five Years in The Market place of lades Journal of Communication .Vol. (43).No. (2).spring.1993.

5- Maxwell McCombs. " Personal Involvement with Issues on the Public agenda International , Journal of Public Opinion Research, Vol.(11), No.(2),Summer 1999.

6- Michael B .Salween "News if Hurricane Andrew: The Agenda of Sources and Sources Agenda". Journalism and Mass Communication Quarterly, vol. (72).No, (4) winter 1995.

7- Michael M.C. Davit. The Partisan Child Developmental Provocation as a Model of Political Socialization, International Journal of Public Opinion Research, Vol. (18), No (1), Spring , 2006.

8- Patrick, Roessler. The Individual agenda Designing Process, Communication Research,Vol. (26), No (6), December 1999.

9- Steven Chaffee & Michael McDevitt. Closing Gaps in Political communication Knowledge, Effects of a School Intervention, Communication Research, Vol. (27), No (3) 2000.

10- Wanta and Chang, Individual Variables and the Second – Level of Agenda- setting, Public Opinion Research quarterly, (Cairo University: Faculty of Mass Communication, Vol. (1), No.(2), April- June 2000).

11- William E. Loges. "Canaries in the Coal mine, perceptions of threat and media system dependency Relations" .Communication Research .Vol. 21.No. 1.1994.

2- الكتب:

1- Cosidine-David and Haley Gail.5Visual Massages Integrating Imagery In to Instruction .A teacher Resource for Media and Visual Literacy Colorado.1992.

2- David L,Protess -Maxwell McCombs (eds.) Agenda-setting. Readings on Media,public Opinion. End Making (London: Lawrence Erbium Ass 1992).

3- Denis Mcauail's. Mass Communication Theory. 4th. Edition, (London: Sage Publications, 2000).

4- Denis McQuail and Sven Windahl. Communication Models For the Study of Mass Communications. (New York: Longman Inc, 1981).

5- Loveless Matthew. P. The Mediated Transition. Mass Media and Political Socialization, In Central and .Eastern Europe, PHD, (Indiana University, 2005), Abstract from Egyptian Network.

6- William L.Rivers Susan Miller & Oscar Gandy .Government And the Media in Steven H. Chaffee (Ed.). Political Communication. (London: Sage publication, 1975).

7- Stanly J. Baran and Dennis R. Davis. Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future. (New York: Wadsworth publishing Company, 1995).

3- المواقع الإلكترونية:

1- http://www.niu.edunews

http://www.be -free.info/parents/AR/childprotocolpa.htm

اتفاقية حقوق الطفل

2- http://aminhassanomer.blogspot.com/2011/04/blog-post_16.html

المدونة السياسية، حراس البوابة والخطاب الإعلامي، السبت 16 أبريل، 2011.

3- http://digital.ahram.org.eg/Motnw3a.aspx?Serial=1390359&archid=58

محمد إبراهيم بسيوني، أساليب التنظيم الذاتي للإعلاميين وتأثيره على أخلاقيات الإعلام (القاهرة: معهد الاهرام الاقليمي للصحافة، يوليو، 2012)، دراسة منشورة، صحيفة الأهرام الرقمي، في الأحد 2014/1/5 4:00 am .

4- http://repository.uobaghdad.edu.iq/ArticleShow.aspx?ID=1521

صالح عباس الطائي، الخطاب الإعلامي وترسيخ التعاون العربي- الإفريقي، مجلة دراسات دولية، جامعة بغداد، ع 47.

قائمة المحتويات

إعلام الطفل عملية مستمرة لا تنتهى بانتهاء مرحلة الطفولة أو بتجاوزها، لأن طفل اليوم هو أب لطفل الغد ؛ فبناء مستقبل أي وطن مرهون بمدى وعى وإدراك ما يتعرض له أطفالنا عبر مؤسسات تشكل الوعي بالتوازي بانشغاله بحل إحدى المشكلات الناتجة عن أحداث جارية ، وعليه فإعلام الطفل حق للطفل وواجب على كل دولة الوفاء به.

لذا يتصدى هذا الكتاب لأحد موضوعات القضايا التي لا تفنى بأي مجتمع واع، بملف مكون من ٩ أوراق بحثية، كل منها يلقي الضوء على واحدة من مشكلات النهوض بإعلام وثقافة الطفل، كحلقة من سلسلة متصلة تسعى لسد ثغرات معرفية بمكتبتنا العربية ، تصلب بالتراكم العلمي وتثقل بالتطبيق العملي. ليتحرر المحتوى البحثي من تقاليد أروقة المؤتمرات والندوات العلمية حتى يصل ليد كل من يتعامل مع الطفل أو يهتم بإعلامه، ليخاطب كل أم و أب و معلم و باحث يملك حلم-المساهمة عن علم- في صناعة مستقبل أفضل لأطفالنا بل لأوطاننا.

وطالما تناولته بيدك عزيزي قارئ هذه السطور فأنت أحدهم، لذا أدعوك للاطلاع على مضمونه وأرحب بنقدك لمحتواه.

